التوثيق الإعلامي

من البيبلوجرافيا الورقية إلى نظم المعلومات الشبكية

دكتور

رضا عبد الواجد أمين

قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر

بسم الله الرحمن الرحيم

"وكل إنسان ألزمناه طائره في عنقه،
ونخرج له يوم القيامة كتابا يلقاه منشورا ،
اقرأ كتابك كفى بنفسك اليوم عليك حسيبا "

قرآن كريم

"إن الحاسب الآلي والإنترنت وفرا للإنسان ذاكرة اصطناعية ليس بمقدوره الآن أن تنتظم حياته بدونها "

الفصل الأول

التوثيق الإعلامي

المفهوم والتطور

مع انتشار تكنولوجيا الحاسب الآلي ، وظهور الثورة المعرفية التـــي صاحبت هذا الانتشار ، أصبح لزاما علـــى الإنســـان أن يقــوم بتنظـــيم المعلومات ، وتصنيفها ، وترتيبها ، بطريقة تتناسب مع إيقـــاع العصـــر الذي يسير بسرعة هائلة .

وتشير المؤشرات إلى أن ظهـــور الشـــبكة العنكبوتيـــة العالميـــة (الإنترنت) قد أضاف أبعادا جديدة ومتجددة للمعرفة الإنسانية ، واختزلت كثيرا من الخطوات والمراحل التي كانت تمر بها المعلومة حتـــى تصـــل للقراء او المستخدمين ، وظهرت المجتمعات التي تقوم علـــى المعرفـــة بالدرجة الأولي ، وأصبحت المعرفة هي المقوم الاقتصادي لكثيـــر مـــن المجتمعات المتقدمة والناهضة ، فلم يعد الحديث عن مجتمع المعلومـــات Information Society كخيار تكنولوجي ، وإنمـــا كواقـــع سياســـي واقتصادي وثقافي عالميلا يمكن تجاهلـــه ، إذ ســـيطرت الاســـتثمارات البشرية والمادية في تقنيات الحاسب الآلي والإلكترونيات جانبا مهما مـــن نشاط الدول المعاصرة .

ويمكن القول إن بوادر ظهور مجتمع المعلومـــات قـــد بـــدأت منـــذ خمسينيات القرن الماضي كبديل للمجتمعات التي تعتمد على الأيديولوجية في تأسيس نظامها السياسي والاجتماعي ، ومنذ ذلك الحين بدأ عدد مـــن الباحثين ، ومنهم مارشال ماكلوهان Marshal Mcluhan وغيـــره فـــي توجيه الانتقادات لطغيان البعد التقني والمعلوماتي والربحي علي العمـــل

الإعلامي من جهة ، وسيطرة الدول العظمى على الثورة المعرفية وعلى المضمون الإعلامي من خلال الامبراطوريات الإعلامية العملاقـة مـن جهة أخرى .

ومنذ ستينيات القرن الماضي زاد الاهتمام باستخدام الكمبيوتر فـي كـل المجالات الحياتية ، خصوصا وان تطوير الكمبيوتر من خلال اسـتخدام الدوائر الإلكترونية قد ساعد في دخوله مجال هندسة المعرفة وفي التشغيل الذاتي لوسائل الاتصال ، مما نتجد عن هذا التطور الهائل تطـوير نظـم اتصال البيانات Data Communication .

وخلال عقد الثمانينيات زاد تطور نظام نقل المعلومات بشكل كبير : كالتليتكست ، والفيديو داتا ، والمؤتمرات عن بعد ، هذه الثورة التقنية في مجال الاتصالات هي التي دفعت بعض المراقبين للحديث عن ظـاهرة (انفجـار المعلومـات) Information Explosion ، إذ أصـبحت المعلومات تلعب دورا حيويا في حياة المجتمعات ، مما مهد الطريق مـن للتحول من مرحلة تفجر المعلومات إلى مرحلة مجتمع المعلومات .[1]

فبواسطة وسائل إنتاج ومعالجة وتخزين وتوزيع المعلومات من جهة ، وللدور الاستيراتيجي الذي تقوم به المعلومات فـي شـتى المجـالات الحيوية من جهة ثانية ، فقد أصبح مجتمع المعلومات حقيقة ملموسة ، ففي الولايات المتحدة الأمريكية زادت نسبة العمل في مجال المعلومات مـن

---

[1] د. خالد زعموم ، مجتمع المعلومات ، الواقع والتحديات دراسة وصفية تحليلية (الإماترات : جامعة عجمان ، 2007) ص 3 -

10% من حجم القوى العاملة إلى حوالي 50% ، كما أن ربــع النــاتج القومي الأمريكي ناتج من تكنولوجيا المعلومات .[1]

مجتمع المعرفة :

إن مجتمع المعرفة هو ذلك المجتمع الذي يقوم أساســا علــى نشــر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات النشاط المجتمعــي : الاقتصاد والمجتمع المدني والسياسة والحياة الخاصة ، وصولا إلى الإرتقاء بالحالة الإنسانية باطراد

وتقوم نظرية مجتمع المعرفة على عدد من المبادئ الهامة[2] :

- البنية التحتية للمعلومات والاتصالات أساس ضروري لمجتمــع المعرفة ، حيث أن وجود بنية تحتية من شبكات المعلومات وتطبيقاتهــا عالية التطور ومكيفة للظروف الإقليمية والوطنية ويسهل النفــاذ إليهــا بتكلفة محتملة يمكن أن يزيد من سرعة التقدم الاجتماعي والاقتصادي في البلدان ، ويزيد من معدلات الرفاه لدى المواطنين .
- النفاذ إلى المعلومات والمعرفة : إن حرية التعبير وحرية الرأي ، والحق في استقاء المعلومات والأفكار وتلقيها ونشرها بغض النظــر عــن

[1] د حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 3 ، 2003 ، ص 5

[2] وثيقة إعلان المبادئ الصادرة عن القمة ةالعالمية للمعلومات (جنيف 10-12 ديسمبر 2003) حرية الرأي والتعبير وحرية المعلومات الركيزة الأساسية لمجتمع المعرفة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، (القاهرة : العدد 113، أكتوبر – ديسمبر 2003) ص ص 173-183

الحدود الجغرافية (على النحو المنصوص عليه في المادة 19والمـــادة 29 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان) هي الفرضية المنطقية الضـــرورية التي يقوم عليها مجتمع المعلومات ، وفي غضون بناء المعلومـــات تعتبـــر قدرة الجميع على النفاذ إلى المعلومات والأفكار والمعرفة والمساهمة فيهـــا مسألة أساسية .

- بناء القدرات : ينبغي أن يتاح لكـــل شـــخص فرصـــة اكتســـاب المهارات والمعارف اللازمة لفهم مجتمع المعلومـــات واقتصـــاد المعرفـــة والمشاركة فيها بنشاط والاستفادة الكاملة منهما ، ومن الضروري توجيـــه اهتمام خاص لبناء القدرات المؤسسية اللازمة لتخطيط المعلومات وتوجيهها ورصدها وجمعها وتنظيمها وتقاسمها .
- البيئة التمكينية : حيث يمثل حكم القانون المقترن بلوائح تنظيميـــة شفافة عنصرا جوهريا لبناء الثقة والطمأنينة والأمن في مجتمع المعلومات ، كما أن وجود إطار تنظيمي واضح ينبغي أن يكفل تمكـــين المســـتخدمين والاحترام الكامل لحقوق الفراد والمجتمعات .

نظرية فجوة المعرفة Knowledge Gap :

ترتبط قضية الحريات بنظرية فجوة المعرفة إلى حد كبير ، حيـــث تقوم على الفرضية التالية (يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعـــلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل الجمهور ذوي المســـتوى الاقتصـــادي

الاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئـــات ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض ، وبالتالي تتجه فجـــوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلا من النقصان)
وتشير كافة الدلائل إن الإنترنت لديها القـــدرة الاتصــــالية علـــى تقريـــب الفجوات المعرفية بين المجتمع وطبقاته الاجتماعية والاقتصـــادية ، لكـــن شريطة أن تكون الحرية في النفاذ إلى المعلومات والمعرفة ، والحرية في التعبير عن المعرفة هما جوهر البيئة الاتصالية .

ومع ظهور التيارات المتعددة التي ترصد إيجابيات مجتمع المعرفـــة ، أو تحذر من سلبياتها يأتي التوثيق الإعلامي كضرورة ملحة من ضـــرورات التعامل مع الثورة المعرفية ، وانفجار المعلومات ، ومجتمع المعرفة .

تعريف التوثيق الإعلامي :

هناك تعريفات متعددة للتوثيق ، منها :

- علم تجميع واختزال وتنظيم المواد أو الوثائق الإعلامية ، وذلك من أجل جعل هده المعلومات في متناول المتخصصين .
- مجموعة العمليات والأساليب الفنية الازمة لتوفير أقصى استخدام ممكن للمعلومات المنشورة في المطبوعات العلمية والفنية والصوتية العالمية والمحلية .
- كافة الإجراءات الفنبة التي تشمل عمايات توفير وتنظيم واستخدام المعلومات بأوعيتها وأشكالها المختلفة .

وبهذا يتضح أن التوثيو الإعلامي هي عمليات تتم من قبل متخصصين في مجال معين أو مراكز متخصصة التوثيق تقوم بحفظ وتنظيم وفهرسة وتبويب والتعامل مع المعلومات التي يتم تخزينها على أدوات التخزين المختلفة ، حتى يسهل التعامل معها واسترجاعها متى لزم الأمر .

أنواع المؤسسات التي تعمل في مجال التوثيق :

يوجد عدة مؤسسات تقوم بعمليات التوثيق ، لصعوبة إمكانية قيام الأفراد بهذا الجهد ، حيث تتطلب عمليات التوثيق جهودا كبيرة للتعامل مع الكم الهائل والانهائي من المعلومات والمواد المراد توثيقها ، ومن هذه المؤسسات :

(1) مؤسسات إنتاج المعلومات ، مثل الجامعات ، والمعاهد ، والمراكز البحثية والعلمية ، ومحطات التجارب .

(2) مؤسسات رصد حركة المعلومات وضبط تدفقها ، وهي الجهات التي تقوم بإعداد القوائم والخدمات الببلوجرافية على المستوى القطري ، أو الدولي .

(3) المؤسسات التي تقوم بإتاحة المعرفة والمعلومة ، وتنظيمها ، وتهيئة سبل الإفادة منها ، مثل المكتبات ومراكز التوثيق المعرفي المتخصصة في مجالات متعددة ، فهناك مراكز التوثيق الصحفي والإذاعي ...الخ

(4) مؤسسات النشر المنتشرة حول العالم .

تطور مفهوم التوثيق :

تطور مفهوم التوثيق تطوراً كبيراً خلال النصف الثاني من القــرن العشرين، تبعاً لتطــور التكنولوجيــات الجديــدة للمعلومــات المتاحــة. فظهور تكنولوجيات جديدة ولّد لدى المستفيدين احتياجات جديدة، نتيجــة لاستعمالات جديدة، مما أدى إلى بروز ممارسات مهنية جديدة، أو تأكيــد بعض الممارسات التقليدية التي كان الموثق أو المكتبي يقوم بهــا يوميــا دون أن يدري أنها ستشكل مستقبلا أحد الاهتمامات الكبرى لتكنولوجيــا المعلومات الجديدة.

إن العمل على تعميم رقمنة الوثائق، وتطوير الشبكات الإلكترونية في المؤسسات الوثائقية في الدول المتقدمة، فتح أفاقا جديدة تتعلــق بالتســيير الكلي والمتكامل (المندمج) للمعلومات والوثائق.

إن المتخصصين في التوثيق هم المعنيون بالدرجة الأولــى بهــذه التغيرات التكنولوجية، وخاصة في مراحل تطبيقاتها الأولى، لأنها — أي التغيرات — كانت موجودة فقط على مستوى المؤسسات الوثائقيــة مــن مكتبات و مراكز توثيق.أما الآن فإن هذه التكنولوجيات تنتشــر بســرعة كبيرة في مجالات أخرى أكثر منها في مجالات التوثيــق والمعلومــات،

وهذا ربما هو السبب الذي جعل بعض المؤسسات وخاصة الاقتصـــادية، تراجع دور ومكانة مراكز التوثيق بها، التـــي أنشـــأتها قـــديما)أي قبـــل تطبيقاتها للتكنولوجيات الجديدة(. ففي دراســـة ميدانيـــة أجريـــت علـــى المؤسسات الاقتصادية الكبرى في فرنسا حول مهنة)وظيفة(التوثيق فيها، اتضح أن هذه الوظيفة غير متجانسة فـــي بعـــض المؤسســـات: فهنـــاك مؤسسات أضافت إلى وظيفة التوثيق والمعلومات وظائف جديدة فرضتها التكنولوجيات الجديدة كوظيفة اليقظة الاقتصادية مثلا، وهناك مؤسسات، عكس الأولى عملت على تمييع هذه الوظيفة وذلك بتوزيعها على مستوى كل المصالح، بحيث لم تعد مهمة التوثيق والمعلومات مـــن اختصـــاص مصلحة واحدة، تخضع لهيكلة إدارية معروفة وذلك كما كان معمولا بـــه سابقا [1].

. فالدراسات الجارية حول مهنة التوثيق في ضوء هـــذه التغيـــرات الجديدة، ما زالت قائمة، وأغلبها يؤكد على أن هذا الدور سيتعزز أكثـــر فأكثر. فكلما تطورت هذه التكنولوجيات ازدادت الحاجة إلى مهني الوثائق والمعلومات.فالتطورات التـــي تعرفهـــا الآن تكنولوجيـــات المعلومـــات والاتصال ما هي إلا نتيجة لسلسلة من التطورات يمكن توزيعهـــا علـــى مراحل عدة أساسية. وسنحاول تبيان المتغيرات الجديدة التي أحدثتها هذه

---

[1] Stiller, Henri - La Fonction information documentation dans les grandes enterprises. In Documentaliste-sciences de l'information. 2001, vol.38 n3-4 pp.222-225.

التطورات على المهنة الوثائقية بصفة عامة، وخاصة في العالم الغربـــي نظرا لتبني مؤسساته الوثائقية هذه التكنولوجيات قبل غيره من الدول.

المراحل الأساسية التي قطعتهـــا تكنولوجيـــا المعلومـــات والاتصال:

1- مرحلة الستينيات

في هذه المرحلة ظهرت مراكز التوثيـــق والمعلومـــات كمؤسســـات جديدة، تسمح بالنفاذ المباشر للوثائق والاستفادة منها. وقد كان تأسيس أو إنشاء هذه المراكز السبب الرئيس في استحداث وظائف مهنيـــة وثائقيـــة جديدة، مثل ما حدث في فرنسا ســـنة 1963 ، حيـــث أنشـــئت جمعيـــة الوثائقيين والمكتبيين المتخصصين الفرنسيين (ADBS=Association specializes des documentalistes et bibliothécaires) التـــي أصبحت تعرف فيما بعد بجمعية مهني المعلومات والتوثيق [1].وهذا دليـــل على أن الممارسات المهنية المكتبية التقليدية — لم تعد وحدها كافية لتلبية

[1] Michel, Jean. Les professionnels de l'information documentaire a l'heure du document et des réseaux électroniques. In Document numérique. Vol. 1 n2, 1997. pp.217-231.

حاجات المستفيدين، الذين أصبحوا يطالبون أكثر بالاستفادة المباشرة مـن الوثائق ومن المعلومات. فالصيغة الجديدة التي جاءت بها هذه المراكـز الوثائقية والتي تعتمد على التعامل المباشر مع الوثائق فرضت على مهني التوثيق ضرورة التأقلم معها. ويمكن النظر إلى هذه المرحلة بأنهـا هـي المرحلة التي بدأ يتبلور فيها، المجتمع الجديد الذي يعرف الآن بمجتمـع المعلومات، الذي يؤكد الجميع أنه ظهر سنة 1956 عندما تجـاوز، فـي الولايات الأمريكية وحدها، عدد العاملين في قطاع الإعـلام عـدد كـل العاملين في القطاعات الإنتاجية الأخرىعلى النحو الذي سبق بيانه .

2- مرحلة السبعينيات

أما مرحلة السبعينيات فهي بحـق مرحلـة تطبيـق المعلوماتيـة علـى الإجراءات المكتبية المختلفة. إذ يمكن عد هذه الفترة المنعطـف الحاسـم بالنسبة للمكتبات، حيث شرعت هذه الأخيرة في وضع مشروعات برامج مست كل الخدمات المكتبية. فظهرت قواعد وبنوك معلومات بيبليوغرافية كبرى عامة ومتخصصة سمحت للباحثين بالاستفادة منها استفادة قصوى، بفضل التطبيقات التي توفرها البرمجيات المستعملة فـي هـذه البنـوك والقواعد المتخصصة في البحث البيبليوغرافي الوثائقي.[1]

[1] محمد الصالح نابتي ،مكانة الوثائقي في مجتمع المعلومات

وقد حدث تطور كبير في بنوك وقواعد المعلومات البيبليوغرافية في نهاية السبعينيات، تمثل في أن مصالح البريد والمواصلات اقترحت حلولا لنقل المعطيات أو البيانات بفضل التجهيزات الكبرى التي وضعتها: مثل شبكات نقل المعطيات بقوة بث عالية كشبكة ترانس باك الفرنسية(transpac) وغيرها من الشبكات على مستوى العالم الغربي. وقد نتج عن ذلك إنشاء مراكز خاصة تسمى بمراكز تقديم الخدمات (Servers) التي هي بمنزلة أسواق كبرى لتوزيع المعلومات، ووسيلة للاتصال بعدد كبير من بنوك وقواعد المعلومات. وقد اصطلح على تسمية هذه المرحلة بمرحلة التوافق بين تكنولوجيا الحاسوب من جهة، وتكنولوجيا الاتصال من جهة أخرى. ونظرا للعرض القوي للمعلومات، الذي تميزت به هذه المرحلة فقد أصبح من الضروري على الوثائقي ــ أو مهني التوثيق ــ أن يقدم نفسه كوسيط متخصص، بإمكانه أن يختار للمستفيدين المعلومات الصحيحة والملائمة. فكان يستمع لرغبات الباحثين باهتمام كبير قبل البدء في رحلة البحث عن المعلومات في مختلف القواعد، سواء كانت هذه القواعد داخلية أو كانت خارجية، لأن الاستفادة من المعلومات لم تعد مقتصرة على ما هو موجود على المستوى المحلي فقط، فالتوافق الذي تم بين الحاسوب ووسائل الاتصال مكن الباحثين من الاطلاع على محتويات قواعد معلومات خارجية .

وما يميز هذه المرحلة أن الباحث لم يكن في اســتطاعته أن يبحــث وحده عن المعلومات لأن عملية الربط بقواعد المعلومات لم تكن ممكنـــة إلا على مستوى المكتبات ومراكز المعلومات، ثم إن هذه القواعد لا يمكن الاستفادة منها هكذا بصورة مباشرة وإنما يستوجب قبل ذلك التعرف على وسائل البحث المساعدة وهي وسائل خاصة بكل قاعدة معلومات كقــوائم رؤوس الموضوعات وغيرها ، وهذه الوسائل لم تكن دائماً فـــي متنـــاول الباحثين بقدر ما كانت تشكل العمل الرئيس للمكتبيين والوثـــائقيين وهــذا كــــــاف لتأكيـــــــد وســـــــاطة مهنـــــــي التوثيـــــــق .

3- مرحلة الثمانينيات

إن ما يميز هذه المرحلة هي البوادر الأولـــى فـــي عمليـــة ربـــط الحواسيب ببعضها لإنشاء أو لتأكيد مبدأ الشبكة العالمية "الانترنيت" ومـــا جاءت به من تغييرات مست ــ في هذه الحالة ــ كـــل المجـــالات ولـــم تقتصر على المكتبات ومراكز التوثيق، بل إن هذه الأخيرة- أي المكتبات ومراكز التوثيق- هي التي راحت تحدث تغيـــرات جذريـــة علـــى كـــل مكوناتها) مرافق، خدمات، وغيرها (حتى تستفيد استفادة مثلى من هذه الوسيلة الجديدة، وما تقدمه من خدمات جمة. غيـــر أن مـــا يميـــز هـــذه المرحلة أكثر هو بروز الأقراص المدمجة (CD-ROM)، التي تعـــد أدق نظم النشر الإلكتروني، والتي أحدثت ممارسات جديـــدة ســـواء بالنســـبة

للمستفيدين أو بالنسبة للمهنيين وقد ازدادت استعمالاتها أكثر خاصة عندما أدمجت قارئاتها في الحواسيب ولم تعد مستقلة عنهم وظهرت هي في فترة انتشرت فيها صناعة الحواسيب الشخصية المتعددة الوسائط . فقد أربكت هذه الوضعية الوثائقيين إذ ساعدت المستفيدين بالاستقلال نوعاً ما عن المكتبات ومراكز التوثيق لما لاقوه من إمكانيات تقدمها لهم هذه الوسائط المتعددة بطرق سهلة للغاية .

وظهور الأقراص المدمجة يعد بداية النشر الإلكتروني كما سبق ذكره حيث تم تحويل المصادر المهمة المطبوعة إلى مصادر الكترونية وعملية رقمنة المعلومات ما زالت مستمرة بقوة وهذا في حد ذاته نتجت عنه بعض الإشكاليات : فمهنيي التوثيق وجدوا أنفسهم في هذه المرحلة المتواصلة والمستمرة مجبرين من جهة على التأقلم مع متطلبات المصادر الجديد الرقمية ومن جهة أخرى الاستمرار في نمط العمل الذي تفرضه المصادر المطبوعة وقد يتضح هذا الأمر أكثر في تنمية المجموعات الوثائقية في المكتبات المهجنة وهو نمط شائع من المكتبات التي ما زالت تحافظ على الرصيد التقليدي المطبوع وتعمل في الوقت نفسه على إضافة رصيد الكترونيا إلى مجموعاته المتاحة على الشبكة العنكبوتية العالمية "الوب" وهذا في حد ذاته يتطلب من مهني التوثيق التأقلم مع هذا النمط الجديد من المقتنيات وطرق الاستفادة منها من مصادرها وهي في أغلبها

مصادر كانت متاحة على الأقراص المدمجة [1] مع العلم أن الطرق المتبعة في الاستفادة من المعلومات المتاحة على (الوب) يمكن استنباطها مما كان متبعاً في المصادر التقليدية من تقييم ومعالجة وغيرها من الخدمات المكتبية مع بعض الخصوصيات التي يجب على مهني التوثيق التنبيه إليها وهذا من شأنه أن يضيف إلى الوثائقي دوراً جديداً يعزز به مكانته في خضم هذه التطورات التي تحدثها التكنولوجيات الجديدة للمعلومات والاتصال.

وقد تكون هذه الوسائل التكنولوجية الجديدة بداية حقيقية لمجتمع المعلومات لأنه لم يعرف تاريخ الإنسانية مثل ما عرفته هذه الفترة سواء من حيث كثافة المعلومات وانتشارها وتواجدها في مختلف النشاطات الفردية والجماعية أو من حيث سهولة النفاذ إليها وتجدر الإشارة إلى أن هذه التطورات لم تتم هكذا بكل بساطة بل إنها تسببت في مشكلات ما زالت تبحث عن حلول لها مثل مشكلة حقوق التأليف وأمن المعلومات وموثوقيتها وغيرها من المشكلات الأخرى تتعلق بالقيم والنظام العام .

---

[1] أبو بكر الهوش – تقنية المعلومات ومكتبة المستقبل ــ الإسكندرية : مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، 1996 ص 17 .

التحديات التي تواجه الوثائقيين في عصر الإنترنت :

في ظل هذه التغيرات الكبرى فإن مهنيي التوثيق يجب عليهم أن يتحملوا مسؤولية جديدة تتمثل فيما يلي :

- كفاءات جديدة بالإضافة إلى الكفاءات التي يتصفون بها في السابق التي تساعدهم على الأخذ بعين الاعتبار كل ما يتعلق بالإدارة العلمية للمعلومات بهدف التحكم في محتويات المعلومات وسبل النفاذ إليها. وكذلك التحكم في التكنولوجيا الجديدة الأكثر ملاءمة .
- تحليهم بالفهم للتحديات الجديدة وإمكانيات المعلومات المتاحة على الشبكات الإلكترونية وكذلك مخاطرها.
- معرفتهم بأهم المصادر وخاصة المتاح منها على الشبكات الإلكترونية وقدرتهم على تقييمها باستمرار وهذا من شأنه أن يحافظ على استمرارية مهنتهم أكثر فأكثر .

ومما لا شك فيه أن مهنيي التوثيق العرب مدركون لأهمية هذه التغيرات وبالتالي عليهم أن يستفيدوا من تجارب الآخرين الذين سبقونا

إلى تبني هذه التكنولوجيات ربحاً للوقت لأنه ليس هناك مجال للتردد . فالتكنولوجيات الجديدة للمعلومات والاتصال وهي أساس هذا المجتمع الجديد آتية لا بد منها فلنستعد للاستفادة منها ومواجهتها بوعي وإدراك بقصد تطويعها لحاجات أمتنا وتطلعاتها المشروعة للتقدم والازدهار .

الفصل الثاني

الإنترنت وسيط إعلامي جديد

أحدث ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)internet ثورة معرفية في مجال الاتصالات و الإعلام ، غيرت مفاهيم كثيرة تتصل بالعمليات الإعلامية التي تحدث في المجتمع ،وصارت علامة بارزة للعصر الذي نعيشه ، حيث اقترنت به كأهم سمات التطور التكنولوجي في تاريخ الإنسان ، وصـــارت عبارة (عصر الإنترنت) توصيفا دقيقا لأهم منجزات العصر الحديث.

لقد غيرت شبكة الإنترنت العالم ، إذ مثل ظهورها في أواخر الستينيات من القرن العشرين ،ثورة أطاحت بالعديد من المفاهيم والنظريات التي ظلت قائمة لقرون عديدة، وولدت مفاهيم ونظريات جديدة تشرح عملية الاتصال الـــجديدة ،ولم تكن وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية بمنأى عن هذه الثورة التي تكاد تعصف بوسائل إعلامية راسخة لم يكن يتوقع أحد أن تتعرض للاندثار وتصبح في ظل الإنترنت شيئا من الماضي ، ولا غرابة في أن تظهر بين الحين والآخر توقعات تشير إلى قرب انتهاء حضارة الورق لتحل محلها ما يمكن أن نسميه (حضارة الوسائط المتعددة والاتصال الجماهيري التفاعلي) .

تطور شبكة الإنترنت :

يعد التطور في مجال الحاسب الآلي النواة الأساسية لظهور شبكة الإنترنت، فبعد أن نجح الإنسان في صنع آلة تنوب عنه عضليا سعى لبناء آلة حاسبة من التروس والروافع إلي أن خرج إلي الوجود في نهاية الخمسينيات من القرن العشرين الكمبيوتر الرقمي ، ثمرة لالتقاء علوم الفيزياء والرياضيات المنطقية والهندسة الإلكترونية ، وقد أدى ذلك بدوره إلي ثورة تكنولوجية وليدة التلاقي الخصب لثالوث عتاد الكمبيوتر hardware، والبرمجيات software ، وشبكات الاتصالات ، وعلى مدى نصف القرن الأخير ارتقت هذه التكنولوجيا بصورة غير مسبوقة خلال سلسلة من النقلات النوعية صوب الأصغر والأسرع والأكفأ ، والأهم من ذلك صوب الأرخص والأســهل استخداما .[1]

ويمكن إعداد دليل تاريخي لظهور شبكة الإنترنت ، حيث بدأت محاولات متعددة منذ فترة طويلة ، وذلك على النــحو التالي :[2]

– في 1945 طرح فانيفار بوش Vannevar Bushآلة أسماها ميمكس ماشين Memex Machine لتنظيم المعارف الإنسانية والربط بينها ، وتمكين الباحثين من استعادة المعلومات بطريقة إلكترونية ، والوصول إلى المعلومات المرتبطة بها .

---

[1] د.نبيل علي ، تحديات عصر المعلومات (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2003)ص 11

[2] هذه المعلومات مستقاة من د. حسني محمد نصر ، الإعلام والإنترنت ، من ص 19 :27

- وفي 1969 قامت وكالة المشروعات البحثية المتقدمة بوزارة الدفاع الأمريكية بوضع الأساس لقيام أول شبكة إلكترونية تربط بين عدد من أجهزة الكمبيوتر ، وأول من فكر بهذه الفكرة هو ايكليدر J. Licklider رئيس برنامج بحوث الكمبيوتر في الوكالة ، وحدد أربع مواقع التقاء للشبكة التي أطلق عليها أربانت ARPANET ، وتم أول اتصال مباشر بينها في 25 أكتوبر 1969 ، وتدريجيا ربطت الشبكة بين عدد كبير من الأجهزة والبرامج المختلفة ، وزاد عدد مواقعها في عام 1970 إلى 13 موقعا ثم إلى 23 موقعا في عام 1971 لتضم عددا من الشركات والجامعات المرتبطة ببرنامج البحوث المتقدمة بوزارة الدفاع .
- في 1970 طور دينيس ريتش وكينيث تومبسون برنامج تشغيل الشبكات UNIX .
- في 1971 تم اختراع البريد الإلكتروني Electronic mail ، وتطوير برنامج لإرسال رسائل بريدية عبر الشبكة .
- في 1973 خرجت شبكة أربانت إلي العالمية ، حيث تم أول ربط دولي بالشبكة ، وذلك بجامعة لندن بالمملكة المتحدة ، ومؤسسة "رويال ريدر استابلشمنت " Royal Rader Establishment في النرويج .

- في 1974 سمح لمؤسسات أخرى غير مرتبطة بوزارة الدفاع الأمريكية بالحصول على معلومات محددة من الشبكة بعد تطوير قطاع تجاري فيها أطلق عليه تلنيت Tel Net .
- في1977 بدأ التوسع في خدمات البريد الإلكتروني ، وتزايد عدد الشبكات المرتبطة بأربانت إلى أكثر من 100 شبكة .
- في 1979 ظهرت شبكة Use Net التي أدخلت خدمة مجموعات الحوار ومجموعات الأخبار.
- في 1981أسست جامعة سيتيCity University في نيويورك شبكة تعاونية أسمتها بت نت Bit Netفقدمت خدمات البريد الإلكتروني ونقل الملفات لعلماء الجامعة دون الوصول إلى شبكة أربانت .
- في 1982 وضعت القواعد الأساسية لشبكة الإنترنت ، وشهدت أوربا إنشاء شبكة مشابهة ربطت بين جامعات في هولندا والدانمارك والسويد وبريطانيا.
- في 1983 انتقلت إدارة شبكة أربانت إلى المؤسسة القومية للعلوم في الولايات المتحدة ، وتحولت من شبكة عسكرية إلى شبكة مدنية .
- في 1984 تزايد عدد المواقع إلى أكثر من ألف موقع بحثي وأكاديمي .

- في 1986 تزايد عدد المواقع إلى أكثر من خمسة آلاف موقع ، وزاد عدد المجموعات الإخبارية إلى 241 مجموعة ، وتم وضع قواعد لنقل وتبادل الأخبار عبر شبكة الكمبيوتر .
- في 1987 ولد ما يسمى بالإنترنت التجارية ، وأصبح عدد شبكات الكمبيوتر نحو 128 ألف شبكة :
- في 1988 طورت الإنترنت خدمة التخاطب Internet Chat .
- في 1990 زاد عدد الشبكات المتصلة بالإنترنت إلى 300 ألف شبكة ، وزاد عدد مجموعات الأخبار إلى ألف مجموعة ، وتم تقسيم أربانت إلى شبكتين إحداها عسكرية Milnet والأخرى مدنية لا علاقة لها بوزارة الدفاع Internet، وأصبح من الممكن للأفراد الاتصال بالإنترنت عبر التليفون .
- في 1991 طور كل من بول لندنر ومارك ماكيل برنامج جوفر Gopher لتصفح الإنترنت ، وشهد هذا العام أهم تطور في تاريخ الإنترنت وهو ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية WWW "الوورلد وايد ويب World Wide Web" الذي اخترعه تيم بارنارز لي Tim Berners Lee واعتمد على تكنولوجيا النص الفائق Hypertext للربط بين الوثائق والملفات الصور والرسوم والأصوات على الشبكة .

مفهوم الإنترنت :

من خلال استعراض التطور التاريخـــي لفكرة شبكة الإنترنت يكن تعريفها بأنها :

شبكة تربط بين عديد من الشبكات المنتشرة في العالم كله ، من شبكات حكومية وشبكات جامعات ومراكز بحوث شبكات تجارية وخدمات فورية ونشرات إلكترونية وغيرها ، يصل إليها أي شخص يتوافر لديه جهاز كمبيوتر ومودم وخط تليفوني ، ليحصل على عدد لا متناه من المعلومات .

الخدمات التي تقدمها شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) :

تقدم شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) عددا من الخدمات الاتصالية والإعلامية تفيد المستخدم بشكل عام ، والإعلامي على وجه الخصوص ، ومنها :

أولا : **خدمة البريد الإلكتروني** Electronic mail حيث يسمح البريد الإلكتروني الذي تقدمه غالبية المواقع مجانا بأن يقوم المشترك بإرسال وتبادل الخطابات والرسائل ونقل الملفات بين الأفراد والشركات في حوالي 194 دولة في العـــالم .

ويتميز البريد الإلكتروني بأنه :

(1) مجاني إلي حد كبير طالما كانت خدمة الإنترنت متاحة للفرد .

(2) متوافر في غالبية المواقع .

(3) تعدد برامج الاتصال التي يمكن استخدامها في إنجازه ، وسهولة استخدامها من خلال واجهات تطبيق ميسرة .

(4) إمكانية الاحتفاظ بالبريد على الشبكة أو على جهاز الكمبيوتر وطباعته .

(5) إمكانية تبادل لنصوص والصور بين شخصين وتبادل المواد متعددة الوسائط مثل الأصوات والأغاني ولقطات الفيديو .

(6) إمكانية استخدام البريد الإلكتروني الصوتي من خلال البرامج المخصصة لذلك .

وتعد خدمة البريد الإلكتروني من أكثر الخدمات شيوعا وانتشارا على الإنترنت ، وتقدر الرسائل التي ترسل يوميا عبر البريد الإلكتروني بمليار رسالة ، كما أن عدد مستخدمي البريد الإلكتروني وصل في 2003 إلي 60 مليون شخص يتزايدون بنسبة 800% سنويا ، يصلون في 2005 إلي 550 مليون مستخدم .[1]

ثانيا : **الشبكة العنكبوتية الدولية** World Wide " WWW :"Web

وهي خدمة تتيح للمستخدم تصفح قواعد البيانات عبر شبكة (ويب) ، ويعد أكثر تطبيقات الإنترنت شعبية ، وتشير إلى تلك المجموعة من الخوادم المتصلة بالإنترنت والتي توفر صفحات جرافيكية

---

[1] د حسني نصر ، مصدر سابق ، ص 77

عن المعلومات ، وكلما زاد عدد مشتر كيها زاد المحتوى الذي تتضمنه ، وكلما زاد المحتوى الذي تتضمنه زاد عدد المشتركين المنضمين إليها .[1]

ثالثا : جماعات الأخبار News group :

وتتيح هذه الخدمة الانضمام إلي الجماعة أو الجماعات المهتمة بأي موضوع لمعرفة المزيد من الأخبار عنه ، وقراءة أو مشاركة الآخرين في الحوار والمناقشة حوله من خلال شبكة تدعى Usenet ، وتستخدم هذه الشبكة عددا كبيرا من أجهزة الكمبيوتر المتصلة بشكل دائم بالإنترنت وتعرض على مدار الأربع والعشرين ساعة رسائل وأسئلة وتعليقات وأخبار وأجوبة على أسئلة يرددها القراء .

كما يمكن للمستخدم متابعة الأخبار وقراءة مئات الصحف على شبكة الإنترنت إما عن طريق موقع النشر لكل صحيفة كموقع جريدة الأهرام [2] ، أو من داخل مواقع إعلامية مثل On line newsp: r [3]، أو صحافة[4] ، وغيرها .

رابعا : خدمة التخاطب الفوري Chat:

حيث تتيح كثير من المواقع غرفا للحوار chat rooms يتمكن المستخدم من خلالها محادثة عدد لانهائي من الأصدقاء عن طريق الحوار الصوتي

---

[1] بيل جيتس ، المعلوماتية بعد الإنترنت : ترجمة : عبد السلام رضوان (الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، العدد 231، ذو القعدة 1418 : مارس 1998) ص 156

[2] وعنوانها الإلكتروني http//www.ahram.org.eg

[3] وعنوانه الإلكتروني http//www.onlinenewspaper.com

[4] وعنوانه الإلكتروني : http//www.sahafa.com

أو المكتوب باستخدام لوحة المفاتيح وإرسالها إلى الطرف الآخر الذي يرد على الرسالة بأخرى وهكذا يتم التخاطب الفوري .

خامسا : **خدمة الاتصال التليفوني :**

عن طريق تزويد جهاز الكمبيوتر ببعض المكونات الصلبة hardware مثل كارت صوت وميكروفون ، وبعض المكونات غير الصلبة وهي البرامج الخاصة بالاتصال التليفوني على الإنترنت Internet phone software ، وتتيح هذه الخدمة التي لم تحقق بعد انتشارا كبيرا لدى مستخدمي الإنترنت استخدام الشبكة في الاتصالات التليفونية الدولية بالمجان ، أو بتكلفة أقل كثيرا عن تكلفة الاتصال لتليفوني العادي .

سادسا : **خدمة نقل الملفات** : FTP File Transfer Protocol :

وتسمح هذه الخدمة بإرسال أو نسخ ملفات في شبكة الإنترنت بشرط أن تكون هذه الملفات ممكنة للنقل العام ، إذ أن بعض أجهزة الكمبيوتر تحظر الدخول إليها بسبب السرية أو بسبب احتياطات أمن للدخول أو أن الجهات التي تملكها تفرض رسوما للدخول عليها .[1]

[1] عبد الحميد بسيوني ، التعليم والدراسة على الإنترنت (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2001)ص 29

سابعا : القوائم البريدية : Mailing lists

وتتيح هذه الخدمة إرسال رسائل إلي عدد معين من المنضمين إلي هذه القوائم ، وتغطي موضوعات القوائم البريدية مجالات متخصصة معينة ، وتقترب في فكرتها من مجموعات الأخبار والنقاش .

هل الإنترنت وسيلة إعلامية جديدة ؟

ظلت تقسيمات أساتذة الإعلام لأنواع الاتصال سائدة لفترة طويلة ، وهي الاتصال الذاتي ، والاتصال الشخصي الذي يتم بين فرد وآخر ، والاتصال الجماهيري الذي يتم من مصدر واحد إلي عدة ملايين عبر وسائل الاتصال الجماهيرية ،والاتصال الجمعي الذي يتم بين مصدر واحد وعدد من المتلقين .[1]

وحدد علماء الإعلام مكونات العملية الاتصالية وعناصرها ، فالرسالة تتم من مرسل إلي مستقبل عبر وسيلة ، ويكون هناك رجع صدى لهذه الرسالة ، وتأتي شبكة الإنترنت لتعيد النظر في مثل هذه التجريدات .

فقد وسع استخدام الإنترنت في الاتصال الإنساني مفهوم الاتصال التقليدي ليشمل الاتصال الإنساني التبادلي عبر أجهزة الكمبيوتر ، فلم يعد الاتصال الحديث موقفا سلوكيا ينقل فيه مصدر رسالة إلي مستقبل بهدف التأثير فيه ، وإنما أصبح موقفا تبادليا يتبادل فيه شخصان أو أكثر

---

[1] د. إبراهيم إمام ، الإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، 1969) ص 50

معلومات أو أفكار ، ولم يعد الاتصال الجماهيري يسير وفق نموذج من فرد إلي أفراد عديدين from one to many وأصبح يسير وفق نموذج من أفراد عديدين إلي أفراد عديدين from many to many ، لقد ألغت الإنترنت تقريبا النموذج الخطي التقليدي للاتصال ، بما كانت يتضمنه من قيود على العملية الاتصالية ، فقد كان هذا النموذج يعطي سلطة كبيرة وربما مطلقة للقائم بالاتصال (المرسل) ، وكانت العلاقة بين المرسل والمستقبل أقرب إلي العلاقة الاستبدادية ، أما بعد ظهور الإنترنت فلم يعد للمرسل أو لبنية الاتصال نفسها تلك السلطة المطلقة على المستقبل ، إذ يمنح الاتصال عبر شبكة الإنترنت المستقبل صلاحيات وحرية أكبر في الوصول إلي ما يريده من رسائل على الشبكة دون قهر أو إجبار من بين آلاف الصفحات والمواقع المنتشرة على الشبكة في الوقت الذي يريده ، وبالتتابع الذي يريحه .

وإذا كانت الوسيلة هي الوسيط الذي ينقل الرسالة من المرسل إلي المستقبل ، فان الإنترنت بهذا المقياس تعد وسيلة إعلامية جديدة ، لها سماتها المختلفة عن الوسائل الأخرى ، غير أنها تتعدى هذا المفهوم لتكون مصدرا ثريا للمعلومات والأخبار والصور للعاملين في مجال الإعلام .

ولا شك أن المعلومات التي تقدمها شبكة الإنترنت قد جعلت الصحفي في صراع من أجل مسايرة العصر ومفرداته ، وزادت من مهاراته ،

وقدمت نفسها كمصدر للأخبار والمعلومات المحلية والعالمية التي يمكن استحضارها في اللحظة نفسها ، مما طرح على الصحفيين ضرورة إجادة فن اختيار المعلومات في ظل التدفق الضخم للمعلومات وتفجرها ، الأمر الذي جعل الشبكة تطرح كوسيلة اتصال جماهيرية تبشر بعهد إلكتروني جديد .[1]

[1] Merrill Morris and Christine Ogan , The Internet as Mass Media , Journal of Com .99 (1) Winter , 1996.

السمات الإعلامية لشبكة الإنترنت :

تختلف شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال عن غيرها من الوسائل بالسمات التالية :

(1) تعدد الوسائط Multimedia

وهو تعدد عناصر المادة الإعلامية الموجودة على شبكة الإنترنت من صوت ونص وصور ثابتة ولقطات فيديو في منتج واحد ، وليس بالضرورة أن تجتمع كل هذه التكنولوجيات في منتج واحد ، بل تختلف المواقع طبقا لاختلاف مستوى تطورها ، وبسبب هذه السمة تكتسب شبكة الإنترنت مميزات كل أنواع الاتصال ، فهي تكتسب ميزة الاتصال الطباعي من خلال تقنية النص ، وتكتسب ميزة الاتصال الإذاعي بالراديو من خلال تقنية الصوت وتكتسب ميزة الاتصال التليفزيوني من خلال تقنية الصورة ولقطات الفيديو والرسوم المتحركة وغيرها .

(2) النصية الفائقة HTML :

: (HypertextTransport Protocol)

وهي لغة برمجة تستخدم لانشاء وثائق نصوص مترابطة يمكن استخدامها في أجهزة الكمبيوتر ، وأصبحت صورة قياسية لهيكلة المعلومات ووضعها في وثائق ، وتحتوي وثائق النص المترابط على روابط links تحيل القارئ إلي مواقع أخرى مشابهة.

وتعني هذه السمة سهولة تنقل المستخدم من موقع إلي آخر على الشـبكة في الحال ، وتقاس كفاءة الموقع بمقدار ما يتضمنه من روابط بواقع أخرى .

(3) التدفق الشحني :

ويعني أن المعلومات على الشبكة تنتقل في شحنات وليس في تدفق خطي ، وذلك عبر طرق الإنترنت ، فإذا كانت وسائل الاتصال التقليدية تتبع خطا نمطيا في تقديم مادتها (مساحيا في الوسائل المطبوعة ، وزمنيا في الوسائل الإلكترونية) فان التدفق في الإنترنت يسير عبر شحنات كاملة يمكن استقبالها واستعراضها والخروج منها إلي شحنات أخرى . [1]

(4) التزامنية واللاتزامنية

تجمع شبكة الإنترنت – كوسيلة إعلامية – بين صفتي التزامنية واللاتزامنية طبقا لما يريده المستخدم وطريقة تعامله معها .

والتزامنية تعني أن الاتصال على الشبكة يتميز بالتجديد والحداثة والحالية بدرجة تفوق حداثة الوسائل الاتصالية الأخرى ، وتكون اللاتزامنية في بعض الخدمات ، ففي البريد الإلكتروني على سبيل المثال يمكن المستخدم إرسال واستقبال رسائل فورية Instant message كما

---

[1] د. حسني محمد نصر ، مصدر سابق ،ص 56

يمكنه استقبال رسائل في غير أوقات إرسالها يتم الاحتفاظ بها في صندوق البريد الخاص به Inbox لحين دخوله إليه ، ويستطيع المستخدم تأجيل إرسال رسالة لتصل إلي المرسل إليه في موعد محدد .

(5) التفاعلية Interactivity

وتعد هذه السمة من أهم السمات التي تميز شبكة الإنترنت ، وتتجلى هذه السمة في كثير من الأنماط الاتصالية عبر الإنترنت ، كالتخاطب الفوري Chatting ، وخدمات البريد الإلكتروني ، حيث تمكن قارئ أو متصفح موقع ما من التحاور مع كاتبه ، أو إرسال رسالة إليه ، الأمر الذي يعطي عنصر رجع الصدى ــ أحد عناصر العملية الاتصالية – سمة الفورية والمباشرة بالقياس إلى تأخره في وسائل الإعلام الأخرى .

وتنقسم التفاعلية في الإنترنت إلى ثلاثة أشكال ، هي :

(أ) التفاعلية الإرشادية Navigational Interactivity وهي التي ترشد المستخـــدم إلي (الصفحة التالية) أو (العودة إلي أعلى) ....وهكذا .

(ب) التفاعلية الوظيفية Functional Interactivity وهي تلك التي تتم عبر البريد المباشر والروابط Links ومجموعات الحوار Newsgroup .

(ج) التفاعلية التكيفيةAdaptec Interactivity وهي تلك التي تقدم غرف المحادثة ، وتتيح لموقع الإنترنت أن يكـــيف نفسه لسلوك المتصفحين الزائرين .[1]

الإنترنت والصحافة :

قدمت الإنترنت عدة وظائف للصحافة ، فهي بخلاف كونها وسيطا يحمل المضمون إلي القارئ ، فإنها أفادت الصحافة والصحفيين من وجوه متعددة :

أولا : الإنترنت كمصدر للمعلومات ، من خلال :

(1) الاستفادة منها كأداة مساعدة للتغطية الإخبارية ، أو كمصدر من المصادر الأساسية للتغطية الخبرية للأحداث العاجلة من خلال موقع الصحف والإذاعات ووكالات الأنباء .

(2) الاستفادة منها كمصدر لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة .

[1] محمد عثمان العربي ، الإنترنت : الاستخدامات والانتشار في السعودية ، بحث مقدم إلى مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي : الواقع والطموح ، (مسقط :جامعة السلطان قابوس ، 2002)ص 6

(3) الاستفادة منها في إعداد الصفحات المتخصصة كالرياضة والأدب والفن والمرأة والاقتصاد وصفحات التسلية والفكاهة .

(4) التعرف على الكتب والإصدارات الجديدة من خلال المكتبات ونوافذ عرض الكتب وبيعها .

ثانيا : الإنترنت كوسيلة اتصال : وذلك من خلال :

(1) الاتصال الخارجي بالمندوبين والمراسلين وتلقي موادهم عبر البريد الإلكتروني ، والاتصال بالمصادر لإجراء أحاديث عن بعد معهم .

(2) الاتصال الداخلي بالمؤسسة مع ربطه بشبكة الإنترنت خاصة قسمي الأخبار والمعلومات .

ثالثا : الإنترنت كوسيلة اتصال تفاعلي ، وذلك عن طريق مشاركة القراء عن طريق البريد الإلكتروني وغرف الحوار .

رابعا : الإنترنت كوسيط للنشر الصحفي من خلال نشر الصحيفة أو ملخص لها ، أو إصدار صحيفة إلكترونية ليس لها أصل مطبوع .

خامسا : الإنترنت كوسيط **إعلاني** يدر دخلا إضافيا للصحيفة .

سادسا : الإنترنت كأداة لتسويق الخدمات التي تقدمها المؤسسة الصحفية .

سابعا : تقديم خدمات معلوماتية من خلال تحول المؤسسة الصحفية إلي مزود بالخدمات المتعددة للمشتركين .[1]

وتأتي استخدامات الإنترنت الصحفية محققة لعدة أهداف للقائم بالاتصال في العملية الصحفية ، وهي :

(1) الحصول على فيض متدفق ومتجدد من الأخبار الصحفية .

(2) استكمال موضوعات الأعمال الصحفية .

(3) استطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية في الموضوعات المختلفة .

(4) الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيفات مواقع متعددة والاستفادة منها .

(5) تطوير المهارات الصحفية للصحفيين .

(6) استخدام الإنترنت كأرشيف خاص للصحفي .

(7) استخدام الإنترنت في بناء صحيفة الصحفي الخاصة Create his own newspaper .

(8) الاتصال بالمصادر الصحفية الكبرى .

---

[1] محمود علم الدين ، شبكة الإنترنت ومستقبل صناعة الصحافة ، مقال منشور بجريدة الأهرام ، بتاريخ 1998/11/23 .

(9) الحصول على الأدوات الصحفية المساعدة كأرقام التليفونات والعناوين والبريد الإلكتروني .

(10) إرسال واستقبال المواد الصحفية من والى الصحيفة .

(11) الانضمام إلي جماعات صحفية وإخبارية .

(12) تطوير وسائل جمعه المادة الصحفية مثل عقد المؤتمرات عن بعد ، ومؤتمرات الفيديو ، نقاشات ودردشة ، البريد الإلكتروني .

(13) الاطلاع على أشكال جديدة للعمل الصحفي .

(14) المشاركة في الأقسام الإخبارية لصحف أخرى ، والاطلاع على اختياراتهم ومعاييرهم الصحفية وأدائهم .

(15) تطوير طرق اتصاله بقرائه .

(16) استخدام البريد الإلكتروني في إرسال واستقبال الرسائل الصحفية .[1]

ويمكن القول بأن الإنترنت قدمت للصحافة الكثير من الخدمات ، وفتحت أمامها آفاقا متعددة نحو الانتشار والوصول إلي أكبر قدر ممكن من القراء دون اعتبار للحدود الجغرافية والسياسية ، كما أنها أضافت إليها موردا إعلانيا جديدا ، وان كان لا يزال في طور البداية في الصحف المصرية والعربية غير أن الدراسات تؤكد أن الصحف العالمية

[1] السيد بخيت ، الصحافة والإنترنت (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، 2000) ص 31

تحقق أرباحا من الإعلان على مواقعها على شبكة الإنترنت ، كما أن الإنترنت قدمت للصحفيين تسهيلات كبيرة في اختيار وانتقاء والحصول على الأخبار والمعلومات ، وقامت بدور الوسيط المساعد له في إعداد مادته الصحفية ، الأمر الذي يوفر له كثيرا من الوقت والجهد .

كذلك فقد قدمت شبكة الإنترنت للجمهور خدمة إعلامية متميزة سواء في مواقع الصحف الإلكترونية ذات الأصل المطبوع ، أو الصحف الإلكترونية الخالصة ، على ما سوف نحدده – بمشيئة الله تعالى – في المبحث الخاص بمحددات الصحافة الإلكترونية ، وتتسم هذه الخدمة بما يلي :

(1) التغطية الصحفية الفورية Fresh and updated coverage من خلال نشر الأخبار الفورية والمتجـددة والمفاجئةBreaking News .

(2) التغطية الصحفية الحية Live coverage من خلال تغطية الأحداث من موقعها وفي لحظة وقوعها ، وذلك في بعض المواقع .

(3) التغطية الصحفية المتعمقة In-deapth coverage حيث تعالج عدد من المواقع موضوعا واحدا بزوايا متعددة ، ويوجد العديد من الروابط التي تحيل المستخدم إلي مصادر ووثائق وبيانات متعمقة حول الموضوع الواحد .

(4) التغطية الصحفية التفاعلية Intreactive coverage حيث تتيح إمكانيات التفاعل الإيجابي بين القراء والصحفيين .

(5) التغطية الصحفية الرقمية Digital coverage حيث توفر العديد من المواد الصحفية المعالجة بشكل رقمي قابل للمعالجة والاستخدام .

(6) التغطية الصحفية متعددة الوسائط Multimedia coverage وذلك بعرض المادة الصحفية مصاحبة لوسائط أخرى غير النص مثل الصوت والصورة والألوان والجرافيكس واللقطات المرئية المتحركة .

(7) التغطية الصحفية المتكاملة Comprehensive coverage فهي تجمع بين أكثر من عنصر من عناصر العملية الاتصالية فهي مصدر ووسيلة اتصال ووسيلة كتابة ومعالجة ، وهي أرشيف ضخم ومكتبة كبيرة .

(8) التغطية الصحفية الذاتية Self-duty coverage حيث يستطيع الصحفي القيام بكل مفردات العمل الصحفي بمفرده .

(9) التغطية الصحفية المولفة Customized coverage حيث يمكن توليف وتوفيق الموضوعات أو المصادر وفق رغبات الجمهور والصحيفة .

(10) التغطية الصحفية الموضوعية Objective coverage حيث يستطيع المستخدم قراءة الموضوع الواحد على أكثر من موقع ، والقيام بالمقارنة بينهما ، وهو ما يساعد على تكوين صورة موضوعية إلي حد كبير .

(11) التغطية الصحفية المستمرة Continuing coverage فالعمل لا يتوقف على الإنترنت 24 ساعة .

(12) التغطية الصحفية اللامحدودة Infine News Hale coverage لتوافر مساحة كبيرة ولا محدودة على الإنترنت [1].

نستنتج مما سبق أن الإنترنت فعلت عملية الاتصال التي تتم عبرها ، وأكسبت عناصر العملية الإعلامية مهارات ومميزات جديدة

- فالقائم بالاتصال (المرسل) طورت أداءه ، ووفرت له وقتا وجهدا كبيرين على النحو الذي تقدم .
- والمتلقي (المستقبل) زادت من حجم مشاركته الإيجابية في عملية الانتقاء والمشاركة في تصميم وبناء الرسالة الإعلامية أحيانا .
- والوسيلة طورت من مفهومها وأضافت إليها سمات هامة كالتفاعلية وتعدد الوسائط وغيرها .

---

[1] المصدر نفسه ، ص 27 :29

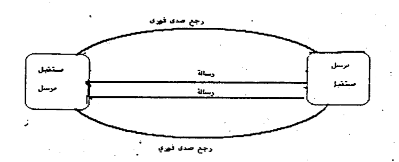
- والرسالة ذاتها (المضمون) الذي تحمله الشبكة إلي مستخدميها اتسم بالعمق والتنوع والفورية وغيرها من السمات الهامة التي توفرها الشبكة للرسالة الإعلامية.
- ورجع الصدى أعطت له صفة الفورية والسرعة بالقياس إلي وسائل الإعلام الأخرى .

لقد أحدثت شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) تغييرا كبيرا في أدوار ومفاهيم عناصر العملية الاتصالية ، على نحو يجعل كثيرا من نماذج الاتصال التي قدمها أساتذة الإعلام في القرن الماضي قاصرة عن تفسير وتوصيف عملية الاتصال التي تتـم عبر الإنترنت .

فإذا كان النموذج هو محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثا أو نظاما معينا في شكل رمزي ، أي أن النماذج هي أدوات ثقافية تساعدنا على فهم أي ظاهرة أو نظام ، وإدراك العلاقات والصلات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة أو ذلك النظام [1]، فانه بالإمكان وضع هذا النموذج البنائي الذي يظهر الخصائص الرسمية للحدث أو الشيء ، أي المكونات وعدد وحجم وترتيب الأجزاء المنفصلة للنظام أو الظاهرة[2]:

[1] د.جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة : دار الفكر العربي ، 1975) ص 62

[2] المصدر نفسه ، ص 65



نموذج تبادل الأدوار بين عناصر العملية الاتصالية في الإنترنت (المؤلف)

وهذا النموذج يوضح التداخل الشديد بين وظيفة كل من المرسل والمستقبل ، فالصحفي حين يكتب موضوعا ما ، فانه يجمعه من مصادر متعددة ومنها شبكة الإنترنت ، فهو في هذه الحالة مستقبلا قبل أن يكون مرسلا ، والمستقبل حين يتعرض للموضوع الإعلامي ويقوم بالرد على الرسالة بناء على الإمكانيات التفاعلية التي يتيحها الموقع – والتي تختلف من موقع لآخر – فيتحول بدوره من مستقبل إلي مرسل ، فقد زادت

الإنترنت إلي حد كبير التداخل بين كل من المرسل والمستقبل قبل وأثناء وبعد إرسال الرسالة الاتصالية.

ورغم أن هذا النموذج يفترض أن كل مستقبل في العمليات الاتصالية التي تتم عبر الإنترنت مستقبلا نشطا ، وقد لا يكون ذلك صحيحا في كثير من الأحيان إلا أنه – مع بساطته – يقدم محاولة متواضعة لاختصار المعاني ، وتقديم صورة متطابقة للعملية الاتصالية التي تتم عبر شبكة الإنترنت .

ظواهر تثيرها شبكة الإنترنت :

تثير الإنترنت في علاقتها بالصحافة عددا من الظواهر الهامة ، منها :

(1) **العولمة أو الكونية Globalization** وهي محاولات تصغير العالم ودمجه ، من خلال التقليل من أهمية الحدود الجغرافية والسياسية ، مع إتاحة إمكانية الاتصال والتواصل بين الأفراد والمجتمعات ، ونشأت في مجال الاقتصاد وتعدته إلي المجالات السياسية والثقافية والاجتماعية ، وساعد على انتشارها ثورة تكنولوجية واجتماعية ورغبة سياسية ، وتمثل في أحد جوانبها هيمنة للقيم الغربية بصفة عامة ، والأمريكية بصفة خاصة .[1]

ولعل الإنترنت هي الرمز البارز للعولمة الإعلامية التي تحمل في مضامينها محاولة عولمة الاقتصاد والسياسة والثقافة ، ومحاولة فرض نمط ثقافي وحيد يزعم أنه اعتلى عرش الثقافات والحضارات.

ومن إشكاليات العولمة في مجال الإعلام :

أ – الهيمنة الأمريكية على الإعلام الدولي وعلى مواقع شبكة الإنترنت

[1] د . رضا عبد الواجد أمين ، الإعلام والعولمة (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2007)

ب – سيطرة الشركات العملاقة على الإعلام الدولي ، مما يجعله أسير نمط قلة تقوم بتوجيهه حتى لو تعارضت أهدافه مع أهداف الدول بشكل عام والدول النامية على وجه الخصوص .
ج – أن عولمة الإعلام لا توفر حرية التبادل الثقافي ، فلا يزال التدفق الإعلامي يأخذ منحى واحدا من الشمال إلي الجنوب .
د – تقلص دور الدول – خاصة النامية – في شغل فضائها الإعلامي ، وحمايته من محاولة الاختراق ، نظرا لضعف هياكلها التمويلية ، وتخلفها التقني والفني .
هـ – التخمة المعلوماتية التي توفرها شبكة الإنترنت رمز العولمة الأكثر شهرة في هذا العصر .

(2) **التبعية الإعلامية** : حيث رسخت الإنترنت مفهوم التبعية الإعلامية لمصادر الأخبار والمعلومات الغربية ، وطبيعة توظيفها ، وهل يتم ذلك لخدمة المجتمع أم لغير صالحه ؟ وهل اختراقها للحدود جاء على حساب انتهاك خصوصية الأفراد وحرماتهم ؟ أم جاء لصالح المجتمع وتطوره ؟ [1]
كما برزت تساؤلات حول سيادة اللغة الإنجليزية على الشبكة حيث تبلغ 77 % من الصفحات والمواقع على الإنترنت باللغة

[1] السيد بخيت ، مصدر سابق ، ص34

الإنجليزية ، وسيادة المضمون الأمريكي الذي ينسجم مع أسبقية الولايات المتحدة في ابتكار الإنترنت واستخدامها – على المستوى المدني – على نطاق واسع ، حيث يبلغ الأمريكيون نصف مستخدمي شبكة الإنترنت في العالم .

السنة	عدد المستخدمين
1995	26 مليون مستخدم
1996	55 مليون مستخدم
1997	74 مليون مستخدم
1998	147 مليون مستخدم
1999	201 مليون مستخدم
2000	378 مليون مستخدم
2001	516 مليون مستخدم
2002	605 مليون مستخدم
2003	801 مليون مستخدم
2004	934 مليون مستخدم
2005	1.07 مليار مستخدم

جدول يوضح عدد مستخدمي الإنترنت في العالم [1]

[1] NUA ,Internet How Many Online .avalable at http//www.nua.ie/serveys/how-many-online/index.html

وتؤكد الدراسات الأمبيريقية ما ذهبت إليه الدراسات النظرية القائلة بوجود اختراق ثقافي وتبعية إعلامية من أن الإعلام الوافد يمكن أن يؤدي إلي سيادة قيم الدول المخترقة وأنماط معيشتها ، وتلاشي قيم الدول المستقبلة وضياع هويتها .[1]

(3) **التفاعلية**..كذلك من الظواهر التي تثيرها الإنترنت التفاعلية في العملية الصحفية ، أي بين الصحفي وقرائه ، حيث لم يعد الاتصال عملية أحادية الاتجاه ، بل عملية تفاعلية ، ولم يعد المستقبل متلقيا سلبيا ، بل يلعب دورا إيجابيا ومؤثرا في العمل الصحفي ، كما أصبح بمقدوره التحكم في المضمون الصحفي من خلال عمليات الانتقاء والاختيار والتوليف Customization مما يعطيه سيطرة أكبر على الأداء الصحفي .[2]

(4)أخلاقيات العمل الصحفي ..وتثير الإنترنت قضية أخلاقيات العمل الصـــحفي ، إذ ليس هناك قوانين تنظم عما هذه الشبكة ، وليس هناك حراس بوابة Gate Keepers يتحكمون في المعلومات التي تنشر إلكترونيا ، وبالتالي فالالتزام بالمعايير المنصوص عليها في مواثيق الشرف الصحفية والإعلامية لن يكون بإمكان أحد مراقبته أو المعاقبة على اختراقه ، كما أن الكثير من الشركات مزودي خدمة الاتصال

---

[1] أيمن منصور ندا ، الاختراق الثقافي عن طريق البث الوافد – دراسة مسحية لأدبيات الاختراق ، بحث مقدم إلى ندوة الاختراق الإعلامي للوطن العربي(القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، نوفمبر 1996) ص 19

[2] السيد بخيت ، مصدر سابق ، ص 34

بالإنترنت Servers تقوم بتجميع المعلومات عن روادها والتصرف في هذه المعلومات دون علم المشتركين ،وصارت المقولة الشهيرة التي أطلقت على مرتادي الإنترنت في بداية ظهورها (على الإنترنت لا يعرف أحد أنك كلب[1]) قد عفا عليه الزمن ، الأمر الذي دفع أحد الباحثين الفرنسيين بالمطالبة بالحماية من التطفلات المعلوماتية ، وحماية الحياة الخاصة ، وإعادة تعريفها واحترامها وفق ما ينص عليه الإعلان العالمي لحقوق الإنسان[2] .

مشكلات استخدام الإنترنت صحفيا :

يتعرض مستخدم شبكة الإنترنت سواء كان صحفيا أو متلقيا عددا من المشاكل والمعوقات لاستخدامه شبكة المعلومات ، وهذه المعوقات تنقسم إلي قسمين :

(1) معوقات غير قانونية .. وهي :

* أن غالبية المواقع على شبكة الإنترنت باللغة الإنجليزية ومعدة وفقا لمناهج الفكر الغربي وفلسفته الصحفية والإعلامية ، وهو أمر يضع قيودا

---

[1] بيل جيتس، مصدر سابق ، ص 155

[2] ماتيو أونيل ، الإنترنت وأفول الحياة الخاصة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد94 (يناير – مارس 1999) ص 23

على انتشار استخدام الإنترنت من قبل الصحفيين الذين لا يجيدونها ، أو يجيدونها ولكنهم لا يحبون التعرض لمثل هذه الرؤى والفلسفات .

*غلبة المضمون الأمريكي بشكل خاص على شبكة الإنترنت ، الأمر الذي يكرس – من وجهة نظر أصحاب النموذج النقدي في الإعلام – من معاني الهيمنة والاختراق وتأثير المنتج على المستهلك ، حيث ينجم عن ذلك اعتبار معظم البلاد النامية مجرد مستهلكة للمعلومات التي ترد إليهم مثل أية سلعة أخرى ،[1]وبالتالي فان المستخدم لن يجد في المعلومات التي توجد على الشبكة ما يمس اهتماماته ويتوافق مع ثقافته وآرائه ، بنفس القدر الذي يجد ما يعبر عن الثقافة الأمريكية .

*مشكلة المصداقية ..حيث لا يستطيع المستخدم تقييم مصداقية المعلومات التي يتمك الحصول عليها بدقة من الإنترنت لضمان القيام بتغطية موضوعية فيما يتعلق بالصحفيين ، أو بناء مواقف متزنة وموضوعية للمستخدمين بشكل عام ، فكما يقول Ketterer فان المعلومات على الإنترنت يمكن أن تضلل ، ولا يمكن التأكد من دقتها ولا معرفة مصدرها ، كما أن مصادرها يمكن أن تزيف المعلومات ، أو تستخدم الادعاءات الملفقة ، أو يكتفي بها بديلا عن المصادر الأساسية ، كما تختلط بها الحقائق بالإعلانات والدعاية كما أن المضمون الإباحي يمثل تحديا آخر أمام معلومات الشبكة ، حيث أوردت إحدى الأبحاث التي أجريت عام

---

[1] مصطفى المصمودي ، النظام الإعلامي الجديد (الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، العدد94 ، أكتوبر 1985) ص 42

1995 أن نصف المشتركين يهدفون إلي البحث عن الوسيلة التي تمكنهم من فتح برنامج الأفلام والصور الإباحية .[1]

*مشكلات اقتصادية : ارتفاع تكلفة البنية الأساسية اللازمة لخدمات الإنترنت في غالبية دول العالم الثالث والدول النامية .

*مشكلات تتعلق بكيفية الملاحة عبر الإنترنت Navigation فيمكن أن تستهلك وقتا كبيرا بلا جدوى بدون معرفة وقت ومكان التوقف عن البحث ، فالبحث عن المعلومات يقتضي تطوير المهارات البحثية ، فضلا عن أن المعلومات غير منظمة بشكل يسير ، والتعامل معها يقتضي إجراء فحص مزدوج للمعلومات ولرسائل البريد الإلكتروني للتأكد من أنها جاءت ممن أرسلها .

(2) معوقات قانونية :

حيث تقيد نحو 20 دولة في العالم وصول مواطنيها إلي شبكة الإنترنت تقييدا كاملا ..

- ففي بورما على سبيل المثال فان على الأفراد الذين يمتلكون جهاز كمبيوتر أن يسجلوا أجهزتهم لدى الحكومة ، ومن يخالف ذلك يتعرض لعقوبة تصل إلي السجن 15 عاما ، وتقوم الحكومة بالتفتيش على مراكز الكمبيوتر .

---

[1] حسن حامد ، الاختراق الإعلامي في مجال الأخبار والمعلومات ، بحث مقدم إلى ندوة الاختراق الإعلامي للوطن العربي (القاهرة : فبراير 1996) ص 26

- وتحتكر حكومات أخرى تقديم خدمات الإنترنت مثل الصين التي تفرض رقابة شديدة على الأخبار والمعلومات الداخلة والخارجة على الشبكة ، وتفرض عقوبات مشددة على كل من يخترق مزود الخدمة الحكومي ، وتعاقب كل من ينشر مواد معارضة على الشبكة بالسجن .
- وتستخدم كثير من الدول العربية تكنولوجيا الحظر لما لا يتفق مع المعتقدات والقيم العربية والإسلامية ، فقد أخرت السعودية إدخال الإنترنت للبلاد إلي أن تم تطوير برامج تتيح حظر الوصول للمعلومات التي لا تتفق والقيم الإسلامية أو التي تهدد سلامة واستقرار المجتمع ، غير أن هناك حكومات أخرى تتبع سياسة الرقابة المخففة على محتوى الإنترنت .

وعمليا فان الدول التي تتحكم تماما في الإنترنت وخدماتها ، وتفرض رقابة شديدة على محتواها تضم :

أذربيجان ، روسيا البيضاء ، بورما ، الصين ، كوبا، إيران ، كازاخستان ، ليــبيا ، كوريا الشمالية ، المملكة العربية السعودية ، سيراليون ، السودان ، سوريا ، طاجكستان ، تونس ، تركمانستان ، أوزبكستان ، فيتنام [1] .

---

[1] د حسني نصر المصدر نفسه ، ص 249

الفصل الثالث

الصحافة الإلكترونية..

المفهوم والمحددات

الإعلام الإلكتروني

إذا كان التعريف الكلاسيكي للإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة ، التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم [1] ، فان أي مفهوم [1] للإعلام لابد أن يرتبط بالمجتمع بكل مقوماته السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

ويأتي الإعلام الإلكتروني ليعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات ، ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه إليه طبقا لما حدده الألماني (أتوجروت) لمفهوم الإعلام بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت ، فهو يشترك مع الإعلام بشكل عام في الأهداف والمبادئ العامة ، بيد أنه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة .

ولا يعني الإعلام الإلكتروني مجرد استبدال الوسائل القديمة (الصحيفة المطبوعة مثلا) بوسائل حديثة (الحاسب الآلي) فالمسألة تتجاوز ذلك بكثير، حيث تمس التحولات كافة أطراف العملية الاتصالية

---

[1] إبراهيم إمام ،الإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ،1969) ص12

لتشمل الوسيلة والرسالة والمرسل والمستقبل والتغذية المرتدة ، بل ونمط التسويق أيضا ، إن التصور الأكثر موضوعية للإعــلام الإلكترونـــي لا يعني مجرد النظر إلى التحول في الوسيلة الناقلة للمادة الاتصالية ، لأنـــه من المفترض أن التغييرات التي تطرأ على الوسيلة ستؤثر على الرســالة Meduim is The Message ، بل إن هذه التغييرات من المؤكد أنهـــا ستصيب كافة أطراف العملية الاتصالية ، بل وستخلق مناخــا اتصــاليا يختلف في جوانبه الاجتماعية والاقتصادية عن المناخ الذي خلقته ثقافــة الإعلام التقليدي .

ويمكن القول إن الإعلام الإلكتروني يتميز ببعض الخصـــائص كـــالتنوع الشديد في الوسائل والمواقع الإعلامية ، حيث أتاحت شـــبكة الإنترنـــت إنشاء صحف متعددة الأبعاد ، ذات حجم غير محدد نظريا ، يمكن مـــن خلالها إرضاء مستويات متعددة مـــن الاهتمـــام ، كمـــا يتســـم الإعـــلام الإلكتروني بالمرونة في استعراض وانتقاء والوصول ألي وتحليل البيانات والمعلومات الموجودة على شبكة الإنترنت .

مفهوم الصحافة الإلكترونية Online/Electronic Newspaper

احتلت الصحيفة المطبوعة مكانة مهمة في عملية الاتصال طوال القرون الثلاثة الماضية ، وكانت وسيلة مهمة لتدفق المعلومات إلى الجماهير ، كما أنها قامت بدور مهم في حياة كل المجتمعات ، ففي دول الشمال الغنية كانت محور الاهتمام في المجتمع نتيجة الدور الذي لعبته في تطور هذه المجتمعات ، وصياغة منظومة المبادئ السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، وقد تم النظر إليها على أنها تقوم بدور مهم في العملية الديمقراطية ، ذلك أنها تعطي الأفراد المعرفة اللازمة لقيامهم بدورهم في المشاركة السياسية ، أما في دول الجنوب فقد أسهمت الصحافة المطبوعة في الكفاح الوطني ضد الاستعمار ، وكانت من أهم الأدوات التي استخدمتها حركات التحرر الوطني .[1]

ومع تطور الأحداث برز على الساحة الإعلامية منافسون للصحافة في شكلها المطبوع ، وبدأت الصحافة تبحث عن سبل جديدة لمواجهة هذه المنافسة ، ومع ظهور الإنترنت بدأت الصحف تتحول بخطوات متفاوتة السرعة نحو الإصدار الإلكتروني.

ويعد التحول الإلكتروني في الإصدار الصحفي ثورة بالمعنى المتكامل ، فإذا كان مصطلح ثورة يعني التحول من حالة إلى حالة أخرى

---

[1] د.سليمان صالح ، مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثالث عشر (أكتوبر – ديسمبر 2001) ص

، فإن الصحيفة تشهد هذه الوضعية بالضبط في الوقت الحاضر ، حيث بدأت الصحيفة تتحول من منتج مطبوع إلى منتج يتم استقباله على شاشة ، فإذا كان من الشائع تقسيم وسائل الإعلام إلى وسائل إلكترونية (الإذاعة والتليفزيون) ووسائل مطبوعة (جرائد ومجلات) فإن الصورة الحاضرة الآن في مجال تكنولوجيا الاتصال تضع كافة الوسائل الاتصالية في إطار تكنولوجي واحد حيث تصبح جميعا وسائل إلكترونية .[1]

وقد قام عدد من الباحثين بمحاولة تحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية فيما يلي :

- الصحافة الإلكترونية : هي الصحف التي يتم إصدارها و نشرها على شبكة الإنترنت ،وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية تغطي صفحات الجريدة تشمل المتن والصور والرسوم والصوت والصورة المتحركة .[2]
- الصحافة الإلكترونية هي التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الإنترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات ، سواء كانت نسخة أو إصدارة إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية ، أو صحيفة إلكترونية ليست لها إصدارة مطبوعة ورقية ، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة ، سواء كانت تسجيلا دقيقا للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بها طالما أنها تصدر بشكل منتظم ، أي

---

[1] د.محمود خليل ، مصدر سابق ، ص 22

[2] د.محمود علم الدين ، شبكة الإنترنت ومستقبل صناعة الصحافة ، جريدة الأهرام بتاريخ 23-11-1998

يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر ، ومن ساعة لأخرى ، أو من حين لآخر حسب إمكانيــات جهة الصـــدور.[1]

- الصحافة الإلكترونية هي الصحافة المنشورة عبر وسائل وقنوات النشر الإلكتروني بشكل دوري وتجمع بــين مفهــومي الصـــحافة ونظام الملفات المتتابعة ، وتحتوي على الأحداث الجارية ، ويــتم الاطلاع عليها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الإنترنت .[2]

-الصحافة الإلكترونية هي الصحافة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الإنترنت ، ويقوم القارئ باستدعائها

وتصفحها والبحث داخلها ، بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريدها منها ، وطبع ما يرغب في طباعته .[3]

- الصحافة الإلكترونية هي النسخة الكمبيوترية للصحيفة ، والتي تتم من خلال تخزين المعلومات إلكترونيا وإدارتها واستدعائها ، سواء تم هذا الاستخراج والتخزين من مادة سبق نشرها ورقيـــا أو تـــم إدخالها مباشرة بما فيها من كلمات وصور ورسوم إلـــى شاشـــة الكمبيوتر الشخصي أو التليفزيون التفاعلي .[4]

---

[1] د.سعيد الغريب ، الصحيفة الإلكترونية والورقية : دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، أكتوبر –ديسمبر 2001) ص 213

[2] د. جواد راغب الدلو ، الصحافة الإلكترونية في فلسطين واحتمالات تأثيرها على قراءة الصحف المطبوعة ، دراسة ميدانية ، بحث منشور بمجلة كلية اللغة العربية ، جامعة الأزهر ، العدد 20 (القاهرة : 2002) ص 1285

[3] د.حسني نصر ، مصدر سابق ، ص 90

[4] د.محمد عبد الحكيم محمد ، التجربة الإلكتروني للجرائد المصرية المطبوعة ، دراسة تحليلية للجرائد القومية اليومية ، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وآفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، أبريل 2003) ص4

وباستعراض هذه المحاولات لتحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية يمكن ملاحظة ما يلي :

(1) الاتفاق على أنها لا تأخذ الشكل الورقي المطبوع حتى وإن كانت في الأصل صحيفة ورقية.

(2) أن مستخدم الصحافة الإلكترونية يقوم باستدعائها من شبكة المعلومات .

(3) أنها لابد أن تأخذ طابعا دوريا (تغيير المحتوى كل زمن معين) حتى تنطبق عليها صفة الصحافة .

(4) أن المادة المكونة للصحافة الإلكترونية ليست نصوصا فقط ، بل يمكن أن تضم بجانب النصوص الصوت والصورة المتحركة (لقطات الفيديو) والرسوم حسب تطور موقع الصحيفة وإمكانياته التقنية .

(5) أن هناك من الباحثين من عد التليفزيون التفاعلي نوعا من الصحافة الإلكترونية ، والواقع أن هذه المقولة تحتاج إلى مزيد من البحث ، وهل يمكن اعتبار قناة النيل للمعلومات التي يبثها التليفزيون المصري بنظام الفيديو تكست نوعا من الصحافة الإلكترونية ؟

يذهب الباحث إلى عدم اعتبارها نوعا من الصحافة الإلكترونية للأسباب التالية :

1- أن هذه الخدمة نوع من الخدمات التليفزيونية وليست الصحفية.

2- أنه لا يتوافر بها السمات التفاعلية المتوافرة للصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت .

3- أن النظام الذي يصل به مضمون هذه الخدمة هو الفيديو تكست وليس الشبكات .

4- أن هناك فرقا بين مفهوم الصحافة الإلكترونية الحديث ، وبين الإعلام الإلكتروني التقليدي (الراديو والتليفزيون) .

وعليه فإنه يمكن تقديم التعريف التالي للصحافة الإلكترونية :

" هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط Multimedia تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الإنترنت بشكل دوري وبرقم مسلسل ، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية ، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي ، سواء كان لها أصل مطبوع ، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة "

ويستبعد من هذا التعريف ما يلي :

(1) المواقع الشخصية التي يعدها أشخاص لأنفسهم ، وتشتمل على عدد من الروابط لمواقع أخرى.

(2) المواقع التي لا يتجدد مضمونها بشكل دوري ، أو يجدد ولكنه لا يأخذ الرقم المسلسل الذي يميز الصحيفة .

(3) مواقع وكالات الأنباء والمؤسسات الإذاعيـــة والتليفزيونيـــة ، حيث تعد هذه المواقع امتدادا لعمل هذه المؤسســـات ، ونافـــذة إعلامية ودعائية لها على شبكة الإنترنت.

(4) خدمات التليفزيون التفاعلي والفيديو تكست للمبررات الســـابق إيرادها.

(5) المواقع الدعائية التي تعدها بعض الصحف الورقية للتـــرويج للأصل المطبوع.

ومن أمثلة الصحف الإلكترونية :

صحيفة الأهرام ، وموقعها على شبكة الإنترنت
http://www.ahram.org.eg

أنواع الصحف الإلكترونية :

تنقسم الصحافة بشكل عام باعتبار الوسيط الاتصالي الـذي يحمـل الصحيفة إلى الأنواع التالية:

(1)الصحافة الورقية المطبوعة التقليدية .

(2) الصحافة الإلكترونية غير المطبوعة التي تتخذ وسائط إلكترونية تعتمد أساسا على الحاسبات الإلكترونية في ف عملية الإرسال والاستقبال ، وهذه الصحافة الإلكترونية تأخذ أكثر من شكل على النحو التالي :

* الصحافة الإلكترونية الفوريـة Online Journalism التـي يحصل القارئ على محتوياتها من خلال شبكات وقواعد البيانات وخدمات المعلومات نظير اشتراك أو مجانا ، مثل تلك الصحف التي تصدر على شبكة الإنترنت ، وتتميز بالتفاعليـة والتجديـد المستمر في المحتويات ، واستخدام لغة الهايبرتكست .

* الصحافة الإلكترونية غيـر الفوريـة Offline Journalism التي توجد أعدادها على وسائط إلكترونية مثل الأقراص الضوئية CDs أو الأقراص المرنةFloppys .

* وهناك أشكال مستحدثة تعتمد على وسائط جديدة يتم ربطهـا بالحاسبات الإلكترونية ، مثل الصحافة التي تعد طبعات خاصـة

معدة من الصحف الورقية حسب اهتمامات الشخص المستقبل ، ويطلق عليها صحافة الفاكسيميل ، حيث يتم استقبالها على أجهزة الفاكسيميل .[1]

وتعد الصحافة الإلكترونية الفورية التي تنقل للمتلقي عبر شبكات المعلومات هي الأقرب إلى مفهوم الصحافة الإلكترونية التي يدور حولها الكتاب.

ويمكن تقسيم هذا النوع من الصحافة (الصحافة الإلكترونية الفورية) وفقا لعدد من الاعتبارات:

أولا : أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار وجود أصل مطبوع أو عدمه:

(1) صحف إلكترونية خالصة أو كاملة Online newspaper وهي أيضا على صورتين:

(أ) صحف إلكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع، وإنما توجد فقط على الشبكة ، ولها نماذج كثيرة في الصحافة الغربية، ولها أيضا أمثلة من الصحافة العربية ، حيث لم تعد هناك حاجة لإمكانيات كبيرة لإصدار صحيفة ، فقد أصدر عشرة صحفيين جزائريين صحيفة باسم الجيريا باللغة الفرنسية والإنجليزية تهدف إلى تحدي الرقابة واستغلال مناخ الحرية المتوفر على

[1] د.محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات الأساسيات والمستحدثات(القاهرة :د.ن. ،2000) ص 23

الإنترنت ، ودون الحاجة إلى أمـــوال كثـــيرة ومقــر ،ولا يتطلب الأمر سوى موقع على شبكة الإنترنت[1]،وعنوانها هو: w.w.w.algeria.interface.com كما يوجد لها مثال بارز في الصحافة المصرية وهي جريدة الشعب التي تصـــدر عن حزب العمل التي أوقفتها الحكومة المصرية فـــي شـــكلها المطبوع في سبتمبر 2000م ، ولكنها عادت لتصـــدر علـــى شبكة الإنترنت دون أن يكون لهـــا أصـــل مطبـــوع ، ودون الحصول على ترخيص من السلطات المختصة ، وموقعها على شبكة الإنترنت :http://www.alshaab.com .

(ب)صحف إلكترونية لها إصدار مطبوع ، ولكنة لا تشترك معـــه في محتواه ، ولا ترتبط به إلا في الاسم والانتماء إلى المؤسســـة الصحفية ، ولها أمثلة متعددة من الصحافة الأمريكية والأوربية . ويأتي هذا الاختلاف في المحتوى لاختلاف خصائص الجمهور في كل من الصحافة الإلكترونية والورقية مـــن ناحيـــة ، ولاخـــتلاف طبيعة الوسيلة أو الوسيط الناقل من ناحية أخرى .

[1] جمال زايدة ،موت الرقابة ، مقال بجريدة الأهرام المصرية ، العدد41252 ،بتاريخ 1999/11/16

(2) نسخ إلكترونية من الصحف الورقية ، وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة الإنترنت ، وهذا النوع يأخذ أحد الشكلين التاليين:

- صحف إلكترونية تقدم المضمون الورقي كاملا كما هو بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني .
- صحف إلكترونية تقدم بعض المضمون الورقي .

ثانيا : أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التقنية المستخدمة في الموقع :

وهو ما يعرف بأنماط نقل النص على شبكة الإنترنت ، وتُقسم الصحف الإلكترونية إلى أنواع أربعة :

(1) الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي (الصورة GIF) Graphic Inerchange Format والذي يتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الإنترنت [1]،وهي تقنية غير جيدة ، بالإضافة إلى أنها لا تمكن القارئ من الميزات التفاعلية ، ومثالها جريدة الشعب المصرية ، والسياسة الكويتية .

(2) الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنيـة الـنص المحمـول PDF (Portable Datagram Format) وهو نمط قريب مـن

[1] د.حسني نصر ، الإعلام والإنترنت ، مصدر سابق ، ص 108

النمط السابق ، ويتيح نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية ، ومثالها جريدة السفير اللبنانية والمدينة السعودية .

(3) الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق HTML (HyperTextMarkupFormat) وهو النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية ، ويستفيد من إمكانيات الإنترنت المتعددة وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص [1]0

ومثال هذا النوع جريدة الأهرام المصرية والرياض السعودية والبيان الإماراتية .

(4) صحف إلكترونية تجمع بين نمط النص الفائق والنمط المحمول للاستفادة من مزايا النظامين ، حيث النص الفائق يوفر الميزات التفاعلية ، وعرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة ، والنص المحمول الذي ينقل صورة حرفية من صفحة الجريدة ، وذلك لأن البعض يفضل أن يرى صحيفته بالشكل الذي اعتاده عليها .

---

[1] المصدر نفسه ، ص 108

ومن الأمثلة على هذا النوع صحيفة المستقبل والنهار اللبنانيتين .

ثالثا : أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار بلد الصحيفة :

(1) صحف مصرية وهي التي تبث عبر الإنترنت من داخل مصر ، مثل الأهرام والأخبار وغيرهما

(2) صحف عربية تصدر من دول عربية ، مثل السياسة الكويتية ، والرياض السعودية ، وغيرهما .

(3) صحف عربية تصدر من خارج الوطن العربي مثل الحياة والشرق الأوسط اللتان تصدران بالعربية من لندن

(4) صحف أجنبية ..وهي كثيرة جدا ، منها نيويورك تايمز والواشنطن بوست وغيرهما .

كما تنقسم الصحف الإلكترونية تقسيمات أخرى باعتبار المحتوى ومجال الاهتمام، واللغة ، والتخصص ، ودورية الصدور ، وهي التقسيمات التي تتسم بها الصحافة بشكل عام

الخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية :

تعد مواقع الصحف الإلكترونية من أكثر المواقع المتواجدة على شبكة الإنترنت جذبا للقراء ، وهذا ما أكدته دراسة أعدتها مجموعة رستون Reston ، أن مواقع الصحف العالمية ومواقع المعلومات هي الأكثر نموا وحركة بين مواقع الإنترنت ، وهي نتيجة لم تكن متوقعة ،خاصة وأن هناك تقارير تحدثت أن المواقع الإلكترونية للصحف لن تكون بذات الأهمية والتأثير على الصحف المطبوعة ، ووجدت لدراسة أن 10 صحف أمريكية استأثرت بالنصيب الأكبر من الزوار ، حيث تضاعفت عدد زوارها إلى الضعف في ستة أشهر ، متجاوزة بذلك مواقع عالمية شهيرة ، وأوضحت أنها وجدت من قبل الزوار استعدادا لإنفاق المزيد من الأموال في سبيل الحصول على المعلومات من تلك المواقع ،إلا أنها أشارت إلى أن قراءة النسخة الإلكترونية سيؤثر على مبيعات الصحيفة المطبوعة نفسها ، مشيرة أنه لتعويض ذلك فإن تلك المواقع تقوم بالتوسع في نشر الإعلانات لأكبر قدر ممكن من الزوار اليوميين [1].

وتقوم الصحافة الإلكترونية بتقديم عدد من الخدمات للجمهور المتلقي ، ومنها :

(1)خدمة البحث :حيث تتيح الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها ، أو داخل شبكة الويب ، وبعض الصحف

[1] Available online at :http://www.albadrani.net.in24/1/2004

يتيح هذه الخدمة لفترة زمنية محددة (ستة أشهر مثلا) أو أقـل أو أكثر ، وتقدم بعض الصحف رؤوس الموضـوعات ثـم تطالـب بالحصول على رسوم مالية محددة إلـى تفاصـيل الموضـوع ، وبعض الصحف (كصحيفة الأهرام) تشترط الدخول على مـزود الخدمة الخاص بالمؤسسة لإتاحة خدمة البحث ، وتتفـاوت قـوة وكفاءة خدمة البحث من صحيفة إلكترونية إلى أخرى ، بل وتختفي هذه الخدمة من بعض مواقع الصحف العربية ، مثل موقع صحيفة الخليج الإماراتية .

(2) خدمة البحث في الأرشيف Archives ، وتنصب هـذه الخدمـة على أرشيف الصحيفة الورقية في المقام الأول ، وهـي تختلـف بذلك عن خدمة البحث التي تنصب على البحث داخـل الصـحيفة الإلكترونية ، وتتفاوت خدمات الأرشيف التي تقـدمها الصـحف الإلكترونية سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيهـا ، أو من حيث التكلفة المادية للمادة التي يريد المتصفح الوصول إليها .

(3) خدمة قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة المطبوعة ، وتقتصر هذه الخدمة على الصحف الإلكترونية الكاملـة (المختلفـة عـن الصحيفة الورقية) إذ يتيح الموقع للمستخدم إمكانية مطالعة النسخة الورقية وما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير عن محتويات

الصحيفة الإلكترونية ، فعلى سبيل المثال تقدم صحيفة USA Today الأمريكية هذه الخدمة تحت عنوان Print edition ضمن ما تقدمه من خدمات مرتبطة بالصحيفة الورقية ، وتتيح فيها تصفح عدد اليوم والأمس .

(4) خدمة تقديم الإعلانات إلى الصحيفة المطبوعة ، من خلال نشر أسعار الإعلانات في الصحيفة الورقية ، وطبيعة الخدمات الإعلانية التي تقدمها ، بالإضافة إلى سبل الاتصال بقسم الإعلانات وطلب نموذج نشر إعلان بالصحيفة ، كما تفعل جريدة الأهرام المصرية .

(5) خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية ، وهي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية للصحيفة الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية ، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة ، وتسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان .

(6) خدمة البريد الإلكتروني E-mail وتختلف هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى ، فالصحف الصغيرة يقتصر الأمر على إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل إلكترونية 'إلى المحررين ، أما الصحف الإلكترونية الكبيرة فإنها توسع من نطاق هذه الخدمة لتقدم خدمة إنشاء بريد إلكتروني شخصي

على الموقع ، كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا علـــى بريد المستخدم ، وتهدف من وراء ذلك إلى ربـــط المســـتخدم بالموقع أطول فترة ممكنة خلال الاستخدام ، حتى لا يغـــادره للقيام بأنشطة البريد الإلكتروني من مواقع أخرى .

(7) خدمة مجموعات الحوار : وهي خدمة تقدمها الصحيفة للقـــراء للتعبير عن آرائهم في القضايا والموضوعات التي يهتمون بها ، وتنقسم مجموعات الحوار إلى :

- حوار حول أهم الموضوعات المنشورة في العدد الأخير .
- حوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم ، وموزعة وفقا للأقسام الرئيسة للصحيفة ، مثل الأخبار والاقتصاد والرياضة والتكنولوجـــيا ، وغيرها .

(8) خدمة الإرشاد إلى الأخبار الحديثة والموضـــوعات الهامـــة ، وتقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصـــحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور ، ودون الدخول في تفاصيل الموقع .

(9) خدمة خريطة الموقع Sit map وتعني هـــذه الخدمـــة تقـــديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم ، خاصة إذا كان الموقع مزدحما بالتفاصيل والخدمات ، مثل مواقع الصحف الإلكترونية الكبيرة.

(10) خدمــــة الإجابـــة عـــن الأســئلة الأكثـــر طرحـــا FAQ (FrequentiyAskedQuestion) وتتضمن الإجابــة عـــن الأسئلة التي يمكـــن أن يطرحهـــا المســتخدم حـــول طريقـــة الاستعراض أو المشكلات التي قد يواجهها أثنـــاء اســتعراض الموقع ، وتماثل هذه الخدمة خدمة المساعدة help التـــي يـــتم تزويد برامج الكمبيوتر بها .

(11) خدمة الربط بالمواقع الأخـــرى Related sites وفـــي هـــذه الخدمة تقترح الصحيفة على المستخدم عددا من المواقع التـــي تراها مهمة له ، وغالبا ما تكـــون هـــذه المواقـــع ذات صـــلة بالصحيفة ، أو بينها وبين الصحيفة اتفاق على تبادل اقتـــراح المواقع على المستخدمين .

(12) خدمة الإعلانات المبوبة ، وتشـــمل هـــذه الخدمـــة إعلانـــات السيارات والمزادات وإعلانات الوظائف الخالية ، وإعلانـــات العقارات ، وإعلانات المشاركة في خدمات خاصة ، وخدمات التسوق Shopping .

سمات الصحافة الإلكترونية :

وتتسم الصحافة الإلكترونية عن مثيلتها الورقية بعدد مـــن الســـمات أهمها :

(1) التفاعلية : حيث تستخدم الصحف الإلكترونية هـــذا الأســـلوب التفاعلي مـــن خـــلال تكنيـــك الـــنص المتـــرابط أو الفـــائق Hypertext الذي يتضمن وصـــلاتLinks لنقـــاط داخـــل الموضوع أو الخبر المنشـــور (تعريـــف – ســـيرة ذاتيـــة – معلومات خلفية – آراء سابقة – موضوعـــات ذات صلة)[1]

وتنقسم التفاعلية Interactivity إلى قسمين :

أ –اتصال تفاعلي مباشر ، مثل مشاركة القراء في غـــرف الحـــوار Chatting ونشر بعض الصحف لمضـــمونها ، وخدمـــة المراســـل Messenger التي تسهم في تحقيق الاتصال المباشر بـــين مســـئولي الصحيفة ومحرريها ومراسليها .

ب– اتصال تفاعلي غير مباشر مثل البريد الإلكتروني ، والاستفتاءات أو المنتديات الحوارية والقوائم البريدية .[2]

(2) العمق المعرفي ..حيث تتسم الخدمات التي تقـــدمها الصـــحف الإلكترونية بالعمق والشمول ويتهيأ ذلك من اتســـاع المســـاحة

---

[1] د. محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات الأساسيات والمستحدثات ، مصدر سابق ، ص 271

[2] عبد الله بن ناصر الحمود وفهد بن عبد العزيز العسكر ، إصدارات الصحف السعودية المطبوعة على الإنترنت ، دراسة تقويمية ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الأول لأكاديمية أخبار اليوم عن الصحافة العربية وتحديات المستقبل (القاهرة : 8 ،9 مايو 2002) ص 11

المتاحة لهذه الصحف ، فلا ترتبط الصحف الإلكترونية بقيد المساحة كما في الصحف المطبوعة ، فتقدم خدمات إضافية من شانها تقديم خلفيات للأحداث ، وربطها بالقضايا المتعلقة بها ، ويتمثل ذلك في :

- تصفح موضوعات ذات صلة بالموضوع الذي يطالعه القارئ
- إمكانية العودة لأرشيف الصحيفة ، حيث تتيح بعض الصحف إمكانية العودة لأعدادها الماضية بفترات زمنية متفاوتة .
- النفاذ لمركز المعلومات الخاص بالصحيفة للاطلاع على مزيد من المعلومات .
- الاطلاع على عدد من بعض الطبعات التي تصدرها الصحيفة كالطبعة الدولية مثلا .

(3) المباشرة والتحديث المستمر : ويقصد بذلك تقديم الصحف الإلكترونية خدمات إخبارية آنية Online تستهدف إحاطة متصفحيها بالتطورات الحالية في مختلف المجالات ، وينطلق عمل الصحف الإلكترونية على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم من رغبتها في مسايرة الطبيعة الخاصة بالإنترنت التي تعد المباشرة والفورية إحدى أهم سماتها .

(4) تعدد خيارات التصفح : حيث أدى تعدد مجالات النشر الإلكتروني إلى أن تجد المجموعات الإنسانية مهما قل عددها وضاقت اهتماماتها ، ما تتطلع إليه من خدمات إخبارية ومعلوماتية ، إضافة إلى أنه أصبح بإمكان الأفراد تلبية حاجاتهم الاتصالية بالاستفادة من خدمات الصحف التي تقدم المواد الصحفية وفقا لما تطلب ، وهي التي يطلق عليها Newspaper-onDemand ، كما يطلق عليها الصحف الافتراضية ، وهي الصحف التي تتحدد المواد التي تنشرها بناء على الحاجات الاتصالية الخاصة بقرائها .

(5) سهولة التعرض : حيث تعد سهولة التعرض أحد أهم عوامل تفضيل الوسائل لدى الجمهور ، ولذلك فإن إقبال الجماهير يزداد على الوسائل التي يقل ما يجب أن يبذله من جهد جسدي وعقلي لفهم واستيعاب ما تتوافر عليه من مواد ، وتبعا لما تتيحه الصحف الإلكترونية من مزايا عديدة تستهدف تسهيل عمليات التعرض لها ، فقد أصبحت الخيار الاتصالي المفضل للجيل الجديد من القراء الشباب ، ذلك أن أفراد هذا الجيل " يهتمون بالإنترنت ، ويميلون إلى تلقي الأخبار من الشاشة أكثر من الورق " وتتحقق سهولة التعرض التي تتسم بها الصحف الإلكترونية من خلال الالتزام بالسمات التحريرية المميزة

لمضامين الصحف الإلكترونية ، إضافة إلى أهمية دعـم هـذه المضامين من خلال لغة ميسرة ووسائط متعددة .[1]

(6) إمكانية توزيعها وبالتالي تعرض القارئ لها علـى مـدى 24 ساعة ، بينما ينتظر القارئ يوما كاملا للحصول علـى العـدد الجديد من الصحيفة اليومية الورقية .[2]

(7) أنها تصدر في الوقـت الحقيقـي لتحريرهـا real time[3] ، بخلاف الصحيفة الورقية التي تستغرق عملية توصيلها للقارئ وقتا طويلا من خلال شبكة التوزيع والنقل للجريدة أو المؤسسة التي تنتمي لها .

(8) أنه لا توجد مشكلة في المساحة في الصحافة الإلكترونية حتى تختصر الموضوعات كما يحدث أحيانا في الصحف الورقية.

وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن بعض هذه السمات كانـت وراء تفضيل قراء الصحف الإلكترونية لها ، وسببا لرضائهم عنها ، وحـددت بعض خصائص قراء الصحف الإلكترونية العربية من حيث أنهـم فـي الغالب ذكور وشباب ، يشكل الطلبة والمهاجرون العرب حـول العـالم نسبة كبرى منهم ، وأشارت الدراسة إلى أن أكثر مـن نصـف العينـة

---

[1] المصدر نفسه ، من ص 11 إلى ص 16 بتصرف .

[2] د. حسني نصر ، الإنترنت والإعلام ، مصدر سابق ، ص ، 104

[3] د. محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات ، مصدر سابق ص 271

يتصفحون الصحف الإلكترونية بشكل يومي ، وعـزا قـراء الصـحف الإلكترونية سبب رضاهم عنها إلى :

- أنها متوافرة طول اليوم.
- لا تحتاج إلى دفع رسوم .
- تمكنهم من متابعة الأخبار في أي مكان وعن أي بلد مهما تباعدت مواقعهم .

وبالرغم من أن كثيرين أشاروا إلى صعوبات فنية عند تصفح بعـض مواقع الصحف ، أو مشكلات عدم رضا عن المحتوى الرسمي لـبعض الصحف ‘لا أن نسبة كبيرة من القراء أبدوا مستوى مَعقولا من الرضـا عن هذه الصحف.[1]

---

[1] دراسة أجراها د. فايز الشهري والباحث البريطاني بروفيسور باري فتر رئيس قسم البحث العلمي بكلية الصحافة بجامعة شيفيلد ببريطانيا ، ويمكن الاطلاع على ملخص لها على الموقع التالي: http://www.emerald in sight.com/0001-253x.htm

مقومات نجاح الصحافة الإلكترونية :

يتحدد مقدار نجاح الصحيفة الإلكترونية بمقدار ما تنفذه من سمات الصحافة الإلكترونية ، وما تستخدمه من إمكانيات متوافرة على شبكة الإنترنت ، كما يتطلب ذلك أيضا ما يلي :

- الوعي بطبيعة الوسيلة ، فالصحف الإلكترونية تعد وسيلة جديدة لها سماتها الاتصالية والشكلية الخاصة ، ولها جماهيرها الخاصة التي تتطلع إلى خدمات صحفية تشبع حاجاتها الاتصالية ، وعلى القائمين على هذه الوسيلة إدراك أنها تتوجه لجماهير محددة ، تختلف في سماتها الديموجرافية وحاجاتها الاتصالية عن جماهير الصحف الورقية .

-السعي لأسواق إعلانية جديدة ، بحيث ينظر القائمون عليها إلى الصحيفة الإلكترونية كوسيلة إعلانية قائمة بذاتها ، وأن الإعلان فيها ذو صفة خاصة تختلف عن الإعلان في النسخة الورقية من حيث الانتشار ، والتفاعلية ، والوسائط المتعددة .....الخ

(1) التوجه نحو تكاملية الأداء مع الصحافة المطبوعة (بالنسبة للصحافة الإلكترونية ذات الأصل المطبوع) بحيث يسهم الإعلام الإلكتروني والمطبوع في تقوية بعضه البعض [1] .

---

[1] محمد عبد الحكيم محمد ، التجربة الإلكترونية للجرائد المصرية المطبوعة ، ، ص 12

(2) ضرورة فصل الجهاز التحريـــري لكـــل مـــن الصــــحافة الإلكترونية والورقية ، نظرا لاختلاف طبيعة الوسيلتين .

(3) خلق موارد مالية جديدة ، وذلك من خلال إعداد الدراسات والحملات الإعلامية المتوجهة للمعلنـــين لتشـــجيعهم علــــى الإعلان في مواقع الصحف الإلكترونية .

الفصل الرابع

تطور الصحافة الإلكترونية



شهد الميدان الصحفي عدة محاولات لتوصيل الصحيفة إلى قرائها عبر الوسائل الإلكترونية ، بغية توفير الوقت الذي تستغرقه عملية توصيل الصحيفة إلى القراء عبر شبكات التوزيع.

فمنذ نحو خمسين عاما كانت الصحف ترسل عبر موجات الراديو إلى عشرات الآلاف إلى المنازل عن طريق أجهزة الفاكس ، وكانت النسخة تكلف من خمسين إلى مائة دولارا ، كما عرفت الصحافة محاولات لإرسال الصحف بطريقة الفيديو تكس Videotex في بداية الثمانينيات ، وذلك باستخدام خطوط التليفون ليتم استقبالها على شاشات التليفزيون أو شاشات الكمبيوتر في المنازل مقابل اشتراك شهري ، ولكن انخفاض وضوح الصورة ، بالإضافة إلى بطء الاستعراض جعل قراءة الصحف عملية صعبة ، وكان استقبال الصحيفة الورقية أرخص كثيرا من استقبالها بهذه الطريقة ، كما بدأت بعض الشركات في الثمانينيات مثل كمبيوسرف CompuServe في تقديم طبعات إلكترونية من الصحف القومية في الولايات المتحدة في إطار تجريبي ، ولم تستمر هذه المحاولات بسبب تكلفتها العالية ، ولأنها لم تجد مستهلكين كافيين لاستمرارها .

وبانتشار الإنترنت في التسعينيات بدأت الصحف في التواجد على الشبكة الدولية للمعلومات ، وساعد على ذلك عدة أسباب :

(1) أن الصحف المطبوعة كانت تعاني من الانخفاض المستمر في معدلات القراءة .

(2) زيادة تكلفة الإنتاج والتوزيع .

(3) انخفاض عائدات الإعلان بعد تحول المعانين إلى وسائل إعلان أخرى .

وكانت الدوافع التي قادت الصحف المطبوعة إلى الدخول عـالم النشـر الإلكتروني وإصدار طبعات إلكترونية هي :

(1) أن الصحف أرادت أن تحجز لها مكانا على الطريق السـريع للمعلومات Information Super Highway إلى حين تقرر كيف يمكنها تحقيق ربح مادي عن طريق النشر الإلكتروني .

(2) أن بعض الصحف دخلت إلى هذا المجال تخوفا من أن تسبقها الصحف المنافسة .

ففي أوائل التسعينيات اتجهت الصحف إلى البحث عن وسائل لتوزيع المعلومات إلكترونيا ، فارتبط بعضها بشركات تقديم خدمات الإنترنت ، وجرب البعض الآخر إرسال نسخ بالفاكس إلى القـراء ، وتقـديم نشرات موجزة على أجهزة الكمبيوتر ، كما حاولت بعض الصـحف إنتاج أقراص ممغنطة CDs تحوي أعدادها السابقة ، بالإضافة إلـى محاولات أخرى لإرسال الخدمة الصحفية باستخدام الأقمار الصناعية والبريد الإلكتروني ، واستمرت هذه المحاولات على هذا النحو حتـى

ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية (الويب) الذي أدخل الصحافة عصر لتوزيع الإلكتروني الجماهيري .[1]

وهناك خلاف بين الباحثين في تحديد الصحيفة الإلكترونية الأولى التي ظهرت على شبكة الإنترنت ، فقد رأى الدكتور محمود علم الدين أن صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية هي أول صحيفة تنشر بالكامل على الإنترنت ، حيث تعد السويد من الدول التي لها نشاط كبير في الإنترنت مثل الولايات المتحدة وكندا واستراليا[2] ، ووافقه في ذلك الرأي الدكتور جواد الدلو [3] .

في حين يرى الدكتور حسني نصر أن صحيفة تريبيون Tribune الأمريكية التي تصدر من ولاية نيو مكسيكو أول صحيفة ورقية تخرج إلى الإنترنت وتؤسس لها موقعا على الشبكة في عام 1992 م [4] ، ووافقه هذا الرأي جمال غيطاس رئيس تحرير مجلة لغة العصر الصادرة عن مؤسسة الأهرام، أخذا عن بحث حول تاريخ الصحافة الأمريكية نشره الباحث الأمريكي مارك ديويز [5] ، كما كانت صحيفة يو إس إيه توداي USA Today الأمريكية اليومية أول صحيفة كبرى تخرج إلى

---

[1] حسني نصر ، مصدر سابق ، ص 93

[2] د. محمود علم الدين ،محمد تيمور عبد الحسيب ، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال (القاهرة : دار الشروق ، 1997م) ص155

[3] د.جواد راغب الدلو ، الصحافة الإلكترونية في فلسطين واحتمالات تأثيرها على قراءة الصحف المطبوعة ، بحث منشور بمجلة كلية اللغة العربية بالقاهرة ، جامعة الأزهر (القاهرة : العدد 20، 1422هـ ، 2002م) ص1278

[4] د. حسني نصر ، مصدر سابق (2003) ، ص 94

[5] جمال محمد غيطاس ، مدخل إلى الصحافة الإلكترونية ، بحث منشور بمجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة :المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة ،العدد 114 ،يناير – مارس 2004) ص218

الإنترنت مستخدمة تكنولوجيا النص الفائق ، حيث أتاحت للمستخدم الانتقال إلى مواقع أخرى ، وإلى الأقسام المتعددة للصحيفة مثل العناوين الرئيسة والصور والأبواب المتخصصة مثل المال والاقتصاد والرياضة وأحوال الطقس ....الخ[1]

وبدأت الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت في منافسة الصحف المطبوعة منذ أن قامت مجلة نيوزويك News Week الأمريكية واسعة الانتشار بمتابعة فضيحة الرئيس الأمريكي بيل كلينتون مع مونيكا لوينسكي عبر موقعها على الإنترنت ، وقبل الموعد الأسبوعي لصدور المجلة .[2]

وفي عام 1993 كان هناك 20 صحيفة وعدد قليل من المجلات والنشرات تنشر إلكترونيا ، وبمرور الوقت ، وفي منتصف التسعينات أصبحت غالبية الصحف لها مواقع على الشبكة .

وفي بداية 1996 كان على الشبكة نحو 154 صحيفة إلكترونية

وفي أكتوبر 1996 وصل الرقم إلى 1562 صحيفة إلكترونية

وفي منصف 1997 وصل إلى 3622 صحيفة إلكترونية

وفي نهاية عام 1997 بلغ عدد الصحف على الشبكة 4000 صحيفة إلكترونية

[1] حسني نصر ، مصدر سابق ، ص94

[2] جمال زايدة ، موت الرقابة ، جريدة الأهرام المصرية عمود أحداث في الأخبار ، العدد 41252 بتاريخ 1999/2/16م

وبحلول عام 2002 كان هناك نحو 5000 صحيفة إلكترونيـــة على الإنترنت .[1]

الصحف الإلكترونية في العالم العربي :

دخل العالم العربي مجال الإنترنت دون أن يتأخر كثيرا عن العالم ، وربما تكون الإنترنت أسرع وسيلة اتصال تبناها العرب بعد أن تبناها الغرب بسنوات قليلة ، بالقياس إلى انتشار الطباعة والراديو والتليفزيون في العـــالم العربي ، ففي التاسع من سبتمبر 1995 توافرت الصـــحيفة اليومية العربية إلكترونيا لأول مرة عبر شبكة الإنترنت وهـــي صـــحيفة الشرق الأوسط على شكل صور ، وكانت الصحيفة العربية الثانية التـــي توافرت على الإنترنت هي صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعـــة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداء من 1 يناير 1996 ، تلتها جريدة الحياة في الأول من يونيو 1996 والسفير في نهاية العام نفسه [2].

ثم توالت الصحف العربية في إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت ، حتى أنه لا تكاد دولة تخلو من وجود مواقع لصحفها – أو بعضـــها – على شبكة الإنترنت.

---

[1] حسني نصر ، مصدر سابق (2003) ص 93

[2] السيد بخيت ، الصحافة الإلكترونية العربية إلى أين ؟ بحث منشور ضمن كتاب بحوث في الصحافة المعاصرة (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، 2000)ص 121

وبالرغم من تنامي أعداد الصحف العربية على شبكة الإنترنت إلا أن بعض الدراسات تشير إلى أنه رغم الحضور الواضح لهذه المطبوعات الإلكترونية إلا أنه حضور لا يتماثل مع النمو الهائل للمطبوعات الإلكترونية عالميا ، خاصة فيما يتعلق بتناسب هذه الأرقام مع أعداد الصحف العربية وعدد الدول والسكان في الوطن العربي ، حيث تواضع نسبة عدد مستخدمي الإنترنت العرب قياسا إلى العدد الإجمالي للسكان في الوطن العربي ، وبينت الدراسة إلى أن ضعف البنية الأساسية لشبكات الاتصالات ، إضافة إلى بعض العوائق الاجتماعية والثقافية والاقتصادية قد أخرت الاستفادة من خدمات شبكة الإنترنت ، وأثرت بشكل رئيس على سوق الصحافة الإلكترونية ، وبينت الدراسة أنه في ظل التحدي الذي جلبته شبكة الإنترنت ، وظهور الأجيال الجديدة التي لا تقبل على الصحف المطبوعة وجدت الصحف العربية أنه من غير الممكن تجاهل شبكة الإنترنت برغم غياب التخطيط ودراسة الجدوى ، وعدم وضوح مستقبل الصحافة الإلكترونية أمام الناشرين العرب .[1]

ويضاف إلى محدودية الصحف الإلكترونية العربية محدودية الاستخدام الأمثل لإمكانيات النشر الإلكتروني الذي توفره شبكة الإنترنت، وهذا ما أكدته الدراسة التي أكدت أن المضمون المنشور في

[1] http//: www.emeraldinsight.com/0002-253x.htm : avaliable in 20/1/2004

النسخ الإلكترونية لصحف الأهرام والأخبار والجمهورية مقارنة بالنسخ المطبوعة واحد لم يتغير إلا تغيرا طفيفا في بعض عناوين الأهرام ، وما عدا ذلك لا تغير فيه إلا في طريقة الإخراج على شاشة الحاسب الآلي التي تختلف بالضرورة عن بسط المادة الصحفية على مساحة الصفحة الورقية ، وهكذا فعن تشابه المضامين في النسخ المطبوعة مع محتوى نظائرها الإلكترونية إلى حد كبير لا يضفي تميزا للمضامين الإلكترونية .[1]

يتضح مما سبق أن الصحافة الإلكترونية العربية – بشكل خاص – تواجهها عدة تحديات تعوق تميزها ، ومنافستها لمثيلتها الأجنبية ، وأهم هذه التحديات هي :

(1) ضعف عائد السوق (القراء والمعلنين) .

(2) عدم وجود صحفيين مؤهلين لإدارة وتحرير الطبعات الإلكترونية .

(3) المنافسة الشرسة من مصادر الأخبار والمعلومات العربية الدولية والأجنبية التي أصدرت لها طبعات إلكترونية منافسة باللغة العربية .

(4) عدم وضوح مستقبل النشر عبر الإنترنت في ظل عدم وجود قاعدة (مستخدمين) جماهيرية واسعة .[2]

---

[1] د. محمد عبد الحكيم محمد ، مصدر سابق ، ص 34

[2] www.emeraldinsight.com/0002-253x.htm

الصحافة الإلكترونية في مصر :

وعلى مستوى الصحافة المصرية :

- فإن صحيفة الجمهورية التي تصدر عن دار التحرير للطبع والنشر هي أول صحيفة مصرية تنشر نسخة إلكترونية على شبكة الإنترنت وذلك في تاريخ 16 فبراير 1997م .
- وتلتها جريدة الأهرام بإنشاء موقع لها على الشبكة في 5 أغسطس 1998م.
- وتأخرت جريدة الأخبار في إنشاء موقع لها إلى 30 يونيو 2000 م

ومرت هذه الإصدارات الإلكترونية الثلاثة ببث تجريبي في الأشهر الأولى ، ظلت الجمهورية ستة أشهر في بث تجريبي ، وكذلك الأهرام ، أما الأخبار فقد ظلت في البث التجريبي ثلاثة أشهر فقط ، وكان لها جميعا الاستقرار والثبات في الشكل والتحميل ، وكانت التقنية المستخدمة في البداية هي تقنية الصورة ، وسرعان ما عملت المؤسسات الصحفية الثلاثة التي تصدر هذه الصحف الإلكترونية على تحديث الأنظمة ، وتم استخدام تقنيات أخرى أكثر تطورا كالنص الفائق ، واستخدام الوسائط المتعددة في بعض الموضوعات .[1]

[1] د.محمد عبد الحكيم محمد ، التجربة الإلكترونية للجرائد المصرية المطبوعة دراسة تحليلية للجرائد القومية اليومية الأخبار والأهرام والجمهورية : مؤتمر الصحافة وآفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، 8،9 أبريل 2003م ة) ص 32

وقد كان هدف ظهور الصحف الإلكترونية المصرية علـــى شـــبكة الإنتـــرنت ما يلي :

(1) جذب جيل جديد يتواصل مع النسخة المطبوعة .

(2) الانتشار الأوسع للنسخة المطبوعة .

(3) تغطية نقص النسخ المطبوعة في بعض مناطق التوزيـــع فـــي الداخل والخارج .

(4) مواكبة تقنيات النشر الإلكتروني .

(5) تحقيق عوائد مادية من الإعلانات الإلكترونية .[1]

وتوالت بعد ذلك إنشاء مواقع لصحف مصـــرية كثيـــرة ، فقـــد حملـــت المؤسسات القومية كل إصداراتها تقريبا على الشبكة ، كما دخل ميـــدان النشر الإلكتروني صحف كثيرة أدركت أهمية التواجد بشكل فوري على الإنترنت ، مثل جريدة الوفد والأسبوع واللواء الإسلامـــي وآفاق عربية ، وغيرها من الصحف المصرية .

[1] المصدر السابق نفسه ، ص 33 ، من خلال مقابلات مع مسئولي الإصدارات الإلكترونية في الأخبار والأهرام والجمهورية .

تحديات الصحافة الإلكترونية المصرية :

بالرغم مما حققته الصحافة الإلكترونية في مصر من تطور في الخمس سنوات الأخيرة بالقياس إلى دول عربية أخرى ، إلا أن واقع الصحافة الإلكترونية في مصر يواجه عددا من التحديات ، منها :

أولا : تحديات في المفهوم ، وتتمثل في :

- عدم وضوح الرؤية لدى كثير من العاملين في المجال الإعلامي عن مفهوم الصحافة الإلكترونية .
- عدم وضوح الرؤية لدى بعض القائمين على الإنترنت حول صحفية المواقع ، وربما ساعد على ذلك أن هذه المواقع تصدر من خلال شركات مساهمة لها أنشطة وأعمال مختلفة .
- عدم وضوح الرؤية لدى بعض المؤسسات الصحفية حول طبيعة الموقع الصحفي ،و تسند عمليات تأسيس مواقع لها إلى فنيين ومبرمجين ومن ليس لهم علاقة بالعمل الصحفي أو الفكري .[1]

ثانيا : تحديات في التدريب والتطوير ، ويتمثل ذلك في تأخر العاملين في المؤسسات الصحفية في تطوير المهارات الصحفية والفنية التي تمكن الصحفي من العمل في الصحافة الإلكترونية ، وعدم وجود مؤسسات أو

---

[1] هشام جعفر ، الصحافة الإلكترونية في مصر الواقع والتحديات ، مجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة ، العدد 114، يناير – مارس 2004) ص 253

برامج تدريبية لتدريب وتطوير إمكانيات المحرر بالعمل على مواقع الإنترنت .

ثالثا : تحديات تمويلية : حيث لم تظهر حتى الآن صحف إلكترونية تعتمد على مصادرها الذاتية دون الاعتماد على المؤسسة التي تتبعها ، ومعظم الصحف الناجحة تابعة لمؤسسات تجارية أو غير هادفة للربح تقوم بالإنفاق عليها لأغراض تجارية أو تسويقية أو دعوية .

رابعا : تحديات أكاديمية ، فرغم محاولات بعض المؤسسات الأكاديمية بتدريس مبادئ الصحف الإلكترونية من خلال بعض المقررات ، فغن الدراسات ما زالت حديثة ، ويطغى عليها الجانب النظري الذي لم يدمج بين النظرية والتطبيق .

خامسا : تحديات الاعتراف ، فما زالت لصحافة الإلكترونية غير معترف بها على المستوى الرسمي متمثلا في المجلس الأعلى للصحافة أو نقابة الصحفيين ، فلا تسمح النقابة للعاملين في الصحافة الإلكترونية بالانضمام إليها بصورة أو بأخرى ، كما لا تشمل جوائز العمل الصحفي على المستوى المصري العربي قوالب الصحافة الإلكترونية . [1]

---

[1] المصدر السابق نفسه ، ص 254

الفصل الخامس

مستقبل المنافسة

بين الصحف الورقية والإلكترونية

حينما تظهر وسيلة إعلامية جديدة ثمة تساؤلات تطرح وتثار ، عـــن مزايا وسلبيات الوسيلة الجديدة ، وأثرها على الوسيلة التقليدية (القديمة) بالقياس إلى الوسيلة الجديدة ، وهذا ما حدث حين توصل العقل الإنســاني إلى الراديو والتليفزيون ، ودرجة تأثيرهما على الصحافة المطبوعة على الورق ، وهو ما يحدث الآن من جدل حول مستقبل العلاقة بين الصحف الورقية بشكــلها التقليدي ، والصحف الإلكترونية بإمكانياتها المتعددة .

ومن شأن الصحف الإلكترونية طرح الفرضية التالية :

تعدد خيارات وصول الناس إلى أوعية المعلومات ومصادر الأخبار الإلكتــرونية ، بالإضافة إلى حرية التحكم في شكل ومضـــمون الوجبـــة الاتصالية التي سمحت بها التقنية الحديثة ، ربما تكون هي أبرز العوامل التي تحدد شكل ومستقبل الإقبال على هذه الوسائل الجديدة ، وبالتالي نمط العلاقة مع الصحافة التقليدية ، والقضية وإن بدت قضية حرية اختيار من جهة القارئ ، وتنافس على لإرضائه من قبل الصحف ، ربمـــا تتجـــاوز مفهوم حلول وسائل الإعلام الجديدة مكان القديمة إلى علاقة أقل التزامـــا من القارئ المستهلك ، وأخف إلزاما من جهة حارس البوابة في الصحيفة الذي تمتع طويلا بوظيفة تحديد اهتمامات القراء بالنيابة عنهم ، وكأن هذا كله يبشر بعلاقة ندية بين المستهلك والمنتج ، تتحرك بانسيابية وهـــدوء ، على الرغم من أنها في حقيقتها تحمل بذور ثورة مفاهيم شاملة من حيث

قدرتها على تبديل الأدوار ، واكتساح العديد من قواعد النشـــــر وأساليب توزيع المعلومات والأخبار المعهودة .[1]

وقبل بيان العلاقة بين كل من الصحافة الورقية والإلكترونية ينبغـــي إيضاح حالة الصحف الورقية قبل و أثناء ظهور الصحافة الإلكترونية ، فقد أكد كثير من الباحثين أن الصحف الورقية تشهد أزمـــة فـــي الوقـــت الراهن ، نظرا لشراسة المنافسة بينها وبين القنوات التليفزيونية الفضائية ، أو لظهور منافسين جدد على الساحة الإعلامية .

ومن مظاهر أزمة الصحف الورقية :

(1) اختفاء عدد من الصحف المطبوعة على مستوى العالم بشـــكل عام ، وفي الولايات المتحدة وأوربا الغربية بشكل خـــاص – وهو ما يفسر أن اختفاءها جاء لأسباب اقتصادية – أو اندماجها مع صحف أخرى ، وبالرغم من أن عدد الصحف التي اختفت ما زال قليلا قياسا بعدد الصحف في الولايات المتحدة ، إلا أن ذلك يعد مؤشرا خطيرا على إمكانية اختفاء الصحف المطبوعة خلال العقدين القادمين .

[1] فايز بن عبد اله الشهري ، جريدة الرياض بتاريخ 2003/9/7م Avaliable in www.fayez.net

(2) تناقص توزيع الصحف ، وهذا ما أكدته الدراسات التي أجريت على الولايات المتحدة وأوربا أيضا خلال فترة التسعينيات ، وبالرغم من أن تقرير الرابطة الدولية للصحافة يشير إلى أن سوق الصحافة الأمريكية قد شهد استقرارا نسبيا مع تناقص قليل في التوزيع خلال عام 2000م ، إلا أنه لا يمكن القول اعتمادا على هذا التقرير أن الصحافة الأمريكية لم تعد تواجه خطر تناقص التوزيع .[1]، وهو ما يعني وجود أزمة نشر ، وتبدو ملامح هذه الأزمة في العالم الثالث بشكل يوضح الفجوة الكبيرة بينه وبين الدول المتقدمة ، فقد شكلت الدول المتقدمة في السنين الأخيرة حوالي20% من مجموع السكان في العالم، لكنها أصدرت أكثر من 70% من الكتب في العالم، الثالث الذي يشكل حوالي 80% من سكان العالم لكنه مع ذلك ينتج وينشر أقل من 30% من الكتب في العالم، في حين أن أوربا التي يسكنها 15% من سكان العالم فقط لكنها مع ذلك تنتج وتنشر أكثر من نصف الكتب الصادرة في العالم[2]

---

[1] سليمان صالح : مستقبل الصحف المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، العدد 13 ، أكتوبر ــ ديسمبر 2001م) ص 107

[2] أزمة النشر في العالم الثالث ، إحصاءات من موقع www.darislam.com
Avaliable in 4/8/2004

(3) تناقص دخل الصحف من الإعلانات ، حيث تشير دراسة نشرتها مجلة كولومبيا للصحافة أن حجم الإنفاق الإعلاني على شبكة الإنترنت قفز من 1.9 مليار دولار عام 1998م ، إلى 4.6 مليار دولار في أواخر عام 1999م ، وقد تعرضت الصحافة العربية المطبوعة لعدد من التحديات في فترة التسعينيات من القرن الماضي أهمها ظهور الفضائيات العربية ، وتطور وسائل متخصصة في الإعلان ، مثل الجداريات واللوحات الإعلانية على جوانب الطرق ، والتسويق المباشر ، وأدى ذلك إلى إعادة توزيع ما يسمى بالكعكة الإعلانية ، أي ما ينفق على الإعلانات (والتي يقدر حجمها في العالم العربي بحوالي 2 مليار دولار سنويا) كانت حصة الصحف منها 42% ، والتليفزيون 38% ، والمجلات 15% ، والراديو 2% ، واللوحات 3%، أما الإنترنت فينفق عليها من الإعلان في الوطن العربي حتى اليوم لا يزيد في أحسن الأحوال عن 5.%[1]

(4) نمو الصحافة الإلكترونية والخدمات الإخبارية على شبكة الإنترنت ، حيث ظهرت مواقع يصعب حصرها لصحف على الإنترنت ، وازداد حجم الاستثمارات في هذا المجال ، ففي

---

[1] ثورة الإنترنت ومستقبل الصحف المطبوعة والإلكترونية في العالم العربي ، جريدة الشرق الأوسط ، بتاريخ 201/1/2م
www.aawsat.com

تقرير أمريكي بين أن حجم الاستثمارات التقنية في عالم الاتصالات والمعلومات زاد بنسبة 6% عام 2004بما يوازي 1.9 تريليون دولار بعد أن حققت الأرباح في هذا المجال أرباحا كثيرة ، ويشير التقرير إلى زيادة اعتماد الشركات التجارية على خدمات البريد الإلكتروني بنسبة 30% ، ويوضح أن 40 بليون رسالة يتم إرسالها يوميا عبر البريد الإلكتروني .[1]

(5) ارتفاع تكلفة إصدار الصحف ، حيث زادت أسعار الورق ومستلزمات الطباعة على مستوى العالم ، بالإضافة إلى بعض القيود المالية التي تشترطها بعض الدول للموافقة على إعطاء الصحيفة المطبوعة إذن الصدور .

(6) قلة عوائد التوزيع ، حيث من المعروف في عالم الصحافة أن التوزيع يساهم بما نسبته 25% من إجمالي تكلفة إنتاج الصحيفة وطباعتها ، والملاحظ أن هذه النسبة بدأت تتآكل وتقل بسبب زيادة تكلفة الإنتاج من ناحية ، وقلة عدد النسخ المباعة من ناحية أخرى .

(7) وجود جيل قديم تشبع بآليات صحفية سابقة يجب تطويرها وإعادة تأهيلها لتتلاءم مع تقنية الصحافة الإلكترونية.

[1] HTPP://WWW.balagh.com

هل تلغي الصحافة الإلكترونية الصحافة الورقية ؟

هذا هو السؤال الذي ينبغي أن يطرح في هذا السياق ، وللإجابة عليه نجد أن الباحثين تباينت أقوالهم في تلك القضية ، واختلفت آراؤهم في حجم وطبيعة التأثير المتوقع للصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية .

وللإجابة على هذا التساؤل لابد أن يؤخذ في الاعتبار عدة أمور

أولا : أنه في تاريخ وسائل الاتصال منذ نشأتها وحتى الآن لم تلغ وسيلة اتصال متطورة الوسيلة القديمة ، بل تستوعبها وتطورها ، ويخرج من تفاعل الوسيلتين أو الوسائل معا وسيلة جديدة تتيح إمكانيات جديدة ومتعددة للجمهور في الاتصال وتبادل المعلومات ، فالطباعة استوعبت الكتابة وطورتها ، والصحافة المطبوعة لم تقضي على الكتاب ، ولم تقضي الإذاعة على الصحافة ، بل استوعبتها وأعطت لها أبعادا أخرى ، والسينما لم تقضي على المسرح ولكنها دمجته في الدراما السينمائية ، والتليفزيون لم يقضي على الإذاعة المسموعة ولا على السينما ، بل استفاد منهما وتجاوز إمكانياتهما إلى الأحدث ، وجاء الفيديو لكي يستوعب داخله السينما والمسرح والتليفزيون ، وجاء بعد ذلك الاتصال المستعين بالحاسبات الإلكترونية Computer mediated Communication لكي يتضمن كل الأشكال السابقة حيث نجد داخله كل الخدمات التي تتيحها شبكة الإنترنت .

ثانيا : أنه بالرغم من التشابه بين وسائل الاتصال الحديثة والتقليدية في عديد من السمات ، إلا أن هناك سمات مميزة للتكنولوجيا الاتصـــالية الراهنة ، وأبرزها التفاعلية ، واللاجماهيرية ، واللاتزامنية .

ثالثا : أن أية وسيلة اتصال مستحدثة في المجتمع تمر بثلاثة مراحل في التبني والاستخدام ، وهي :

(1) المرحلة الصفوية : حيث تستخدم على نطاق الصفوة لأســباب تتعلق بارتفاع نفقات الاستخدام ، والمهارات الأساسية المطلوبة للتشغيل .

(2) المرحلة التخصصية : حيث تبدأ في الانتشار علــى مســتوى الصفوة الاقتصادية أو التقنية أو قطاع معين .

(3) المرحلة الجماهيرية : حيث تبدأ الوسيلة في الانتشـــار وســط قطاعات كبيرة من الجمـــاهير نتيجـــة لبســـاطة الاســـتعمال ، ورخص التكلفة ، والفائدة الشخصية ، ويصاحب ذلك الإنتـــاج الجماهيري لتلك الوسائل ، وقد مر التليفزيون والفيديو والفاكس بتلك المراحل ، وتمر بها الأنظمة المستعينة بالحاسبات الآليـــة وشبكات المعلومات كالصحافة الإلكترونية .

رابعا : أن الصحافة الورقية تواجه عدة تحديات خطـــيرة فـــي الوقت الراهن ، منها ما يتعلق بالجوانب الاقتصادية ، أو البيئيـــة ،أو تحديات أخرى.

خامسا : أن الإنسان عادة ما يميل إلى استخدام الوسيلة الاتصالية التي تعطيه الخدمة الأشمل والأكثر جاذبية بأقل جهد مبذول ، وبأقل تكلفة .

سادسا : أن المطبوع بشكل عام ، والكتاب والجريدة بشكل خاص ما زال لهما بريق خاص لأسباب تاريخية وثقافية عند الأجيال الحالية ، أو قطاعات كبيرة منها .[1]

ورغم ذلك نجد من توقع نهاية عصر الصحف الورقية في خلال ربع قرن :

" ومع ظهور الإنترنت بدأت المنافسة الحقيقية للصحف الورقية ، فقدْ أصبح لدى من يتعامل مع الإنترنت حرية اختيار الزَمان الذي يـدخل فيه على الموقع الذي يريده سواء ليلا أو نهارا ، وهو ما ليس موجودا مع التليفزيون ...لقد زادت تكاليف أعباء صناعة الصحف ، تضاعفت أسعار الورق ، والأحبار ، والخدمات ، وتكاليف النقل ، والتوزيــع ، والأجور ، وإذا كان التطور يبدأ في الغرب ثم ينتشر بعد ذلــك إلـــى باقي الدول ، فتوقعاتي أن تختفي الصحافة الورقية خلال عشــرين أو ربع قرن على الأكثر ، وأن تسود الصحافة الإلكترونية مـــن خـــلال الإنترنت ، ويصبح التعامل مع الصحف الإلكترونية مثل التعامل مـــع القنوات التليفزيونية المشفرة ، وسيكون في إمكان المتعامل طبع مـــا

[1] د. محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات الأساسيات والمستحدثات ، مصدر سابق ، ص 287 : 289

يريد من هذه الصحافة الإلكترونية ، والاحتفاظ بكل أعداد السنة على جهازه ، والعودة إليه في أي وقت "[1]

ويرى الباحث أن العلاقة بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية تحكمها متغيرات متعددة منها ما يتعلق بالسياق الاجتماعي والتكنولوجي والنفسي والسياسي والاقتصادي للمجتمع ، ولعل سهولة التعرض والإمكانيات التي اشتملت عليها الصحافة الإلكترونية قلبت كثيرا من المفاهيم عند فئة كثيرة ممن تعودوا الصحف المطبوعة ، واعتبروها جزءا هاما من طقوس حياتهم .

إن ظهور أي وسيلة اتصال جماهيري جديدة يؤثر أول ما يؤثر على الصحافة المطبوعة ، كونها أم وسائل الاتصال الشعبية كلها ، فالصحيفة التي جلست على عرشها لعدة قرون منذ اختراع جوتنبرج الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر مطلقا بذلك ثورة المعلومات الأولى لم تتعرض لأي تحديات تذكر إلا في بداية القرن الماضي مع اختراع التلغراف والهاتف والراديو ، ومن بعد ذلك في منتصف القرن العشرين عندما بدأ التليفزيون بث برامجه بشكل تجاري ، ونجحت الصحيفة في التعامل مع كل هذه التحديات ، بل واعتمدت على بعضها في

---

[1] صلاح منتصر ، عمود مجرد رأي ، جريدة الأهرام بتاريخ 2003/7/29م www.ahram.org.eg

تطوير وتحسين أدائها ، ولعل مرد ذلك يعود إلى جاذبية ومصداقية الكلمة المكتوبة عند المتلقي .[1]

وفي دراسة ميدانية أجريت على 210صحفيا سعوديا أكدت نتائجها أن الصحفيين السعوديين الذين يعملون في الصحف المطبوعة يحملون اتجاهات إيجابية نحو قدرة الصحافة المطبوعة ، في جانبي الانتشار واستقطاب المعلنين على مواجهة ما ستشهده الصحافة المطبوعة من منافسة قوية من قبل وسائل التقنية الحديثة ، وبخاصة ما تتيحه الإنترنت من بدائل متعددة .[2]

وفي إطار وجهتي النظر السابقة حول مستقبل العلاقة بين كل منة الصحافة الورقية والإلكترونية يمكن توقع السيناريوهات الثلاثة التالية :

السيناريو الأول : تسير فيه صناعة الصحافة المطبوعة الورقية مع الصحافة الإلكترونية ، بشكل تكون الغلبة فيه للصحافة الورقية ، ويناسب هذا السيناريو الدول التي ما زالت نسب الأمية فيها مرتفعة ، وكذلك معدلات الدخل المنخفضة التي تعوق التوسع في استخدام الأفراد للصحافة المستعينة بالحاسبات الإلكترونية ، حيث ما زال استخدام الحاسبات

---

[1] أسامة الشريف رئيس تحرير شبكة أرابيا أون لاين ، ثورة الإنترنت ومستقبل الصحف المطبوعة في العالم العربي ، جريدة الشرق الأوسط ، لندن ، بتاريخ 2001/1/20م

[2] د. فهد العسكر ، ود. فايز الشهري، اتجاهات الصحفيين نحو مستقبل الصحافة المطبوعة في عصر الإنترنت ، دراسة مسحية على عينة من الصحفيين السعوديين العاملين في الصحف اليومية المطبوعة ، بحث مقدم إلى مؤتمر الصحافة وآفاق التكنولوجيا (القاهرة : أكاديمية أخبار اليوم ، 8-9أبريل 2003م) ص 35

مرتبطا باستخدامات متخصصة ، أو استخدام فئات من صفوة المجتمـــع ، وهذا يشمل معظم دول العالم الثالث .

السيناريو الثاني : ويتوقع أن تسير فيه الصحافة المطبوعة الورقيـــة مع الصحافة الإلكترونية بشكل متوازي مع تزايد في الاتجـــاه لاســـتفادة الصحافة المطبوعة الورقية من شبكة الإنترنت سواء في عمليات التحرير ، أو الاتصالات ، أو في النشر لأعداد من الصحف الورقية فـــي شـــكل ملخصات أو نسخ كاملة ، وهذا السيناريو متوقع انتشاره في الدول الآخذة في النمو والتي يتزايد فيها استخدام الحاسبات الإلكترونية وسط قطاعـــات الصفوة ، وفي مجالات متخصصة .

السيناريو الثالث : وفيه يتوقع أن تقـل بشـكل تـدريجي خـدمات الصحافة الورقية ، ويزداد فيه الاعتماد على الحاسبات الإلكترونية فـــي الاستفادة من الخدمات الإعلامية والإخبارية والمعلوماتية التـــي تقـــدمها شبكات المعلومات وقواعد البيانات ، من خـــلال نشـــر نســـخ الجرائـــد والمجلات الإلكترونية التفاعلية الكاملة ، وذلك وصولا إلى ما يطلق عليه الجريدة الإلكترونيـــة تحـــت الطلـــب Newspaper On Demand أو الجريدة التفاعلية Interactive newspaper التـــي يختـــار الشـــخص محتوياتها بنفسه يوميا من الشبكة بعد أن يكون قد حدد اهتماماته في بداية اشتراكه في الخدمة مثل تركيزه على نوعيـــة معينـــة مـــن الأخبـــار أو

الإعلانات.[1] ، وهو ما يناسب الدول المتقدمة ، وفي هذا السيناريو يمكـــن تعاظم دور هذه الأنواع من الصحافة الإلكترونية :

1- ازدهار صحافة الهواة (البلوجرز) أو ما يمكن تسميتها ب (صحافة الهواة الإلكترونية المستقلة) حيث أصبح بمقـــدور أي شخص سواء كان صحفيا أم لا أن ينشئ موقعا صحفيا ويقـــدم من خلاله التقارير والأخبار والمعلومات والمقابلات الصحفية ، وبث لقطات بالصوت والصورة من مواقع الأحداث ، والأمـــر نفسه بالنسبة لأي مجموعة مـــن مســـتخدمي الشـــبكة الـــذين يتشاركون في الاهتمام والأهداف والتخصصـــات ، وتعـــرف الصحافة الإلكترونية للهواة باسم (البلوجرز) وهي كلمة مأخوذة من الكلمة الإنجليزية Weblog وتعني الدخول على الموقع ، وجرى اختصارها في الاستخدام اليومي علـــى الشـــبكة إلـــى Blog ، ونشطت هذه الظاهرة وأصبحت ملحوظة على الشبكة عقب أحداث 11 سبتمبر بالولايات المتحدة ، ثم تعاظمت خلال غزو العراق .[2]

2- صحافة المصدر المفتوح ، فالمتصور أنه ستنشأ في المســـتقبل مواقع أو تجمعات على الشبكة تكون موئلا لمعلومات وأخبـــار وبيانات وتقارير وتعليقات ومساهمات شـــتى يقـــدمها هـــواة

---

[1] د. محمود علم الدين ، مصدر سابق ، ص 292

[2] جمال محمد غيطاس ، مدخل إلى الصحافة الإلكترونية ، مصدر سابق ، ص 221

ومحترفون وأفراد من الجمهور من شتى أنحاء العالم ، ويمكن لأي صحفي محترف أو هاو التعامل معها والاستفادة بها بمـــا يناســـب واحتياجاته في عالم الصحافة الإلكترونية .

3- الصحافة الإلكترونية شديدة التكيف : وهي التي توفر مســـتوى من الشخصنة يصل بها إلى التكيف بشدة وسرعة مع احتياجات ورغبات الجمهور، حتى نصل إلى الدرجة التي يستطيع فيهـــا كل فرد من أفراد الجمهور على حدة أن يحدد ســـلفا طبيعـــة ومحتوى صحيفته الإلكترونية أو موقعه الإلكتروني الصـــحفي المفضل بشكل عميق وشامل ، وفي هذه الحالة يمكن القول إن الصحيفة الإلكترونية باتت تقدم نسخة خاصة لكل فرد أو قارئ على حدة .[1]

[1] المصدر السابق نفسه ، ص 325

أهم المراجع

د. إبراهيم إمام ، الإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، 1969)

د. خالد زعموم ، مجتمع المعلومات ، الواقع والتحديات دراسة وصفية تحليلية (الإماترات : جامعة عجمان ، 2007)

د حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 3 ، 2003

وثيقة إعلان المبادئ الصادرة عن القمة العالمية للمعلومات (جنيف 10-12 ديسمبر 2003)

حرية الرأي والتعبير وحرية المعلومات الركيزة الأساسية لمجتمع المعرفة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، (القاهرة : العدد 113، أكتوبر - ديسمبر 2003)

محمد الصالح نابتي ،مكانة الوثائقي في مجتمع المعلومات

أبو بكرالهوش – تقنية المعلومات ومكتبة المستقبل ــ الإسكندرية : مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، 1996.

د.نبيل علي ، تحديات عصر المعلومات (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2003)ص 11

د. حسني محمد نصر ، الإعلام والإنترنت ،

بيل جيتس ، المعلوماتية بعد الإنترنت ، ترجمة : عبد السلام رضوان (الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، العدد231، ذو القعدة 1418 ، مارس 1998)

محمود علم الدين ، شبكة الإنترنت ومستقبل صناعة الصحافة ، مقال منشور بجريدة الأهرام ، بتاريخ 1998/11/23 .

السيد بخيت ، الصحافة والإنترنت (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، 2000)

د.جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة : دار الفكر العربي ، 1975)

د . رضا عبد الواجد أمين ، الإعلام والعولمة (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2007)

د. رضا عبد الواجد أمين ، الصحافة الإلكترونية (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2007)

مصطفى المصمودي ، النظام الإعلامي الجديد (الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، العدد94 ، أكتوبر 1985)

حسن حامد ، الاختراق الإعلامي في مجال الأخبار والمعلومات ، بحث مقدم إلى ندوة الاختراق الإعلامي للوطن العربي (القاهرة : فبراير 1996)

د.سليمان صالح ، مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الثالث عشر (أكتوبر – ديسمبر 2001)

[1]د.محمود علم الدين ، الصحافة في عصر المعلومات الأساسيات والمستحدثات(القاهرة :د.ن. ،2000)

د. محمود علم الدين ،محمد تيمور عبد الحسيب ، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال (القاهرة : دار الشروق ، 1997م)

Stiller, Henri - La Fonction information documentation dans les grandes enterprises. In Documentaliste-sciences de l'information. 2001, vol.38 n3-4 pp.222-225.

Michel, Jean. Les professionnels de l'information documentaire a l'heure du document et des réseaux électroniques. In Document numérique. Vol. 1 n2, 1997. pp.217-231.

NUA ,Internet How Many Online .avalable at http//www.nua.ie/serveys/how-many-online/index.html

الفهرس